الإعلام والمرأة

في عصر المعلومات



أ.د. عواطف عبد الرحمن

أ.د. نجوى كامل

د. شريف درويش

د. جيهان يسرى

د. ماجده عامر

د. أميمه عمران

مكتبة جزيرة الورد



الإعلام والمرأة

في عصر المعلومات

أ.د/ عواطف عبد الرحمن

أ.د/ نجوى كامل

د/ شريف درويش

د/ جيهان يسري

د/ ماجدة عامر

د/ أميمة عمران



مكتبة جزيرة الورد

القاهرة : ٤ ميدان حليم خلف بنك فيصل

ش ٢٦ يوليو من ميدان الأوبرا ت : ٠١٠٠٠٠٤٠٤٦ ـ ٢٧٨٧٧٥٧٤

Tokoboko_5@yahoo.com

بطاقة فهرسة

حقوق الطبع محفوظة

مكتبة جزيرة الورد

اسم الكتاب: الإعلام والمرأة في عصر المعلومات

اسم المؤلف:

أ.د/ عواطف عبد الرحمن - أ. د / نجوى كامل -
د/ شريف درويش - د/ جيهان يسري -
د/ ماجدة عامر - د/ أميمة عمران

رقم الإيداع :

رقم الإيداع :
٢٠١١/٥٧٣٨

الطبعة الأولى ٢٠١١



تقديم

يضم هذا الكتاب مجموعة من الدراسات والبحوث التي أعدها نخبة متميزة من علماء وباحثي الصحافة والإعلام عن العلاقة المتعددة الجوانب بين المرأة العربية والإعلام ، وتتناول هذه الدراسات شتى القضايا والتحديات والإشكالات التي تحوي في مجملها الاتجاهات والمواقف والصور الإعلامية عن المرأة العربية والمصرية وتتباين المداخل النظرية والمنهجية لهذه الدراسات ولكنها تقدم إضافات معرفية وفكرية أساسية في هذا الحقل المعرفي الهام الذي يشمل الإعلام مقروءًا ومسموعًا ومرئيًا ؛ إذ ترصد المستويات المتعددة التي يتناول الإعلام من خلالها قضايا المرأة في الحضر والريف ويعكس التجليات السلبية والإيجابية للموروثات الثقافية والأوضاع المجتمعية وتأثيراتها المتباينة على الأدوار التي يقوم بها الإعلام في تكريس أو تغيير منظومة القيم السائدة عن المرأة.

وقد تم تصنيف هذه الدراسات طبقا لهذه المعايير شملت الأطر المعرفية (القضايا – الصور الإعلامية) ونوعية الدراسات (وصفية – تفسيرية) أو (إمبريقية – وثائقية) والتوجهات النظرية (وظيفية - نقدية) وإذا أخذنا بمعيار النوع الاجتماعي يلاحظ أن الباحثات الإعلاميات يشكلن الغالبية العظمى إلا أن ذلك لم يحل دون مشاركة بعض الباحثين الإعلاميين الذين اقتربوا من قضايا المرأة والإعلام في إطار تخصصاتهم العلمية وقدموا إضافات جديرة بالاهتمام.

ولعل أهم ما يميز هذا الكتاب أنه يمثل خطوة رائدة في ترسيخ مفهوم العمل الجماعي وتأكيد أهميته في مجال البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية وفي قلبه بحوث الصحافة والإعلام حيث تبرز القيمة المعرفية والمردود الإيجابي وتأثيره الفعال في رصد وتحليل وتفسير الظواهر المجتمعية

المتشابكة مثل الإعلام وقضايا المرأة وحيث تبرز ضآلة الفاعلية الفكرية والعلمية للجهود الفردية ذات الرؤى الأحادية والمعالجات المبتورة المعزولة عن سياقها الثقافي والاجتماعي.

ورغم أن هذا الكتاب يحوي طائفة من البحوث الفردية (باستثناء بحث واحد مشترك) إلا أنها تتكامل موضوعيًا من حيث المضامين وتغطي كافة وسائل الإعلام المقروء والمسموع والمرئي وتندرج من العام إلى الخاص إذ تتصدرها دراسة مسحية شاملة عن الإعلام والمرأة المصرية تتناول القضايا والخطاب الإعلامي والكوادر البشرية ، قامت بإعدادها د. عواطف عبد الرحمن ويستكمل هذا الجانب بدراسة د. نجوى كامل عن الصحافة المصرية وقضايا المرأة بالتطبيق على المؤتمر الدولي للسكان ومؤتمر المرأة ثم ننتقل إلى الكشف عن اتجاهات المرأة في استخداماتها لتكنولوجيا الاتصال في الدراسة التي قدمها د. شريف درويش . ويستكمل هذا الجانب برصد تأثير التشريعات الإعلامية على الأداء المهني للإعلاميات المصريات الذي قدمته أ.د. نجوى كامل.

وعندما ننتقل إلى المرأة الريفية والإعلام تزودنا دراسة د. ماجدة عامر بتفاصيل علمية هامة عن الاتجاهات الحديثة في دراسة قضايا المرأة الريفية في بحوث الإعلام ويتم استكمال هذا الجانب التوثيقي بالدراسات الإمبيريقية الرائدة التي تقدمها د.أميمة عمران عن قضايا المرأة الصعيدية في الصحافة الإقليمية.

وقد تم تتويج القطاع الخاص بالصحافة والمرأة بالمسح العلمي الشامل الذي قدمته د. نجوى كامل عن الاتجاهات الحديثة في دراسات الصحافة النسائية وقد تم استكماله بالدراسة التاريخية التحليلية التي قدمتها د. عواطف عبد الرحمن عن الصحافة النسائية العربية البدايات والاستمرارية تحت عنوان (إبداع المرأة العربية في الصحافة).

هذا ويبرز موقف الإعلام المسموع من قضايا المرأة في الدراسة المشتركة التي قام بإعدادها كل من د. عواطف عبد الرحمن و .. جيهان يسري عن البرامج

الإذاعية المصرية الموجهة للمرأة ثم يتلوها الدراسة الإمبريقية المتعمقة والتي تناولت من خلال المدخل المقارن صورة الأنثى والذكر في الإعلانات التليفزيونية التي قدمها أ.د عصام نصر.

ورغم قلة الدراسات الخاصة برصد وتحليل اتجاهات الجمهور النسائي إزاء الصور التي تقدمها وسائل الإعلام عن المرأة إلا أن د. جيهان يسري حرصت على تقديم دراسة فريدة ومتميزة عن رأي الفتاة الجامعية في صورتها التي تقدمها الدراما العربية بالتليفزيون.

وسعيا لاستخلاص رؤية إعلامية بديلة عن المرأة قامت د. عواطف عبد الرحمن بالتصدي لمعالجة هذا الجانب الغائب في العديد من الدراسات التي تناولت المرأة والإعلام. وقد تحقق ذلك من خلال دراستين متكاملتين أولهما عن المرأة العربية والإعلام في مواجهة تحديات العصر وتطرح في الدراسة الأخيرة تصورًا بديلًا لإستراتيجية إعلامية غير تقليدية قادرة على إنصاف المرأة وقضاياها باعتبارها محكا شفافا يعكس حركة المجتمع بنسائه ورجاله من أجل التقدم والنهوض.

وفي النهاية نحن إذ نقدم هذا الجهد العلمي الجماعي في مجال بحوث المرأة والإعلام نود أن نؤكد أن هذا المجال البكر لا يزال في حاجة إلى العديد من الدراسات والبحوث لتحقيق التراكم المعرفي الكفيل بتجاوز مرحلة الرصد والتوصيف إلى التحليل والتفسير، الأمر الذي يفتح آفاق رحبة تتيح الكشف عن قوانين الجدل والصيرورة التي تحدد مسار وفاعلية وتأثير العلاقة المركبة (بين الإعلام والمرأة).

الباحثون

الإعلام والمرأة المصرية

دراسة مسحية

(القضايا - الخطاب الإعلامي النسوي - الكوادر البشرية)

أ.د. عواطف عبد الرحمن
أستاذة الصحافة بجامعة القاهرة

المرأة والإعلام المصري

تمهيد:

تؤكد الشواهد المعاصرة أن قضية المرأة ليست مجرد قضية نظرية يمكن تناولها في إطار التوجهات السياسية والأيديولوجية لتحديث المجتمعات العربية فحسب، بل يلاحظ تميزها وخصوصيتها النوعية مقارنة بسائر القضايا المجتمعية الأخرى، مثل: قضايا الاستقلال السياسي أو التحرر الاقتصادي أو الذاتية الثقافية، فهي قضية تتشابك مع كل هذه القضايا وتنفرد بسمات نوعية ذات جذور تاريخية تتعلق بالنسق الثقافي والقيمي وتقسيم العمل والأدوار الاجتماعية بين الرجل والمرأة واستمرارية ورسوخ الأعراف وتأثير الأديان والتقاليد التي تكرس دونية المرأة اجتماعيًا، وقصورها عقليًا، ولذلك يلاحظ أنه مهما يكن من تأثير الدعوات الفكرية على خلخلة نسق القيم التقليدي المسيطرة في المجتمعات العربية، فإن العامل الحاسم في تغيير وضعية النساء يكمن في التغييرات الجوهرية التي لا بد أن تتناول البنى التحتية للمجتمعات العربية بكل مكوناتها المادية المعاصرة والموروثة. ولقد شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين زخمًا كبيرًا وطفرة نوعية مهمة في التناول الدولي لقضايا المرأة وحقوقها ومسؤولياتها.

ولقد تعاظم الاهتمام بقضايا المرأة في مختلف أنحاء العالم بانتهاء عقد المرأة الأول (١٩٧٥ - ١٩٨٥) الذي شهد إقرار الأمم المتحدة للاتفاقية الدولية

للقضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة في ديسمبر ١٩٧٩ وانضمت ١٣٢ دولة حتى نهاية عام ١٩٩٢ ، ثم تلي ذلك مؤتمر بكين ١٩٩٥ ومؤتمر نيويورك ٢٠٠٠ لمتابعة ما تم تنفيذه من مقررات بكين. وفي إطار هذا الاهتمام الدولي صدرت العديد من التشريعات لتحسين أوضاع المرأة في كثير من الدول استجابة لنداءات الأمم المتحدة. كما انكب الدارسون لإعداد الدراسات حول أوضاع المرأة وأدوارها.

وبزغ منذ ذلك التاريخ داخل الحقل المعرفي للعلوم الاجتماعية في إطار اهتمامها بقضية المرأة العديد من المفاهيم التي أصبحت متداولة وشائعة على الصعيد العالمي مثل مفاهيم المشاركة والتمكين بأبعادها الاقتصادية والثقافية، ورغم أهمية هذه المفاهيم وما يدور حولها من جدل على الصعيد العالمي والغربي بصفة خاصة إلا أنها تحمل دلالات ومضامين تختلف باختلاف الميراث التاريخي والسياق المجتمعي والأوضاع السياسية والاقتصادية والثقافية التي تحدد مكانة المرأة وأدوارها في المجتمعات الغربية ، والتي تختلف جذريًا عن المجتمعات العربية وعلى الأخص المجتمع المصري.

فالمرأة المصرية قد خضعت في مسيرتها التاريخية لمجموعة من الثوابت والمتغيرات حددت مكانتها الاجتماعية ، وهويتها الثقافية ، وأدوارها الاقتصادية والسياسية. وتشير الدراسات إلى أن التكوين الأول للوجود الحضاري المصري قام على أساس المشاركة الكاملة للمرأة في العمل.

وإذا كان هناك إجماع من جانب الباحثين والعلماء على أهمية الأدوار التي تؤثر بها كل من المنظومة التعليمية والثقافية والإعلامية في تشكيل النسق الثقافي والقيمي السائد في المجتمعات العربية ، وفي قلبها المجتمع المصري ، فإنهم جميعًا يؤكدون على حقيقة أساسية تتلخص في بروز الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام ، والسياسات الإعلامية تتمثل في قدرتها الهائلة على التأثير المستمر المتعدد الأبعاد على مختلف الشرائح الاجتماعية المتعلمة والأمية في الحضر والريف علاوة على ما تتميز به وسائل الإعلام من طبيعة مزدوجة تساعد على نشر الأفكار والقيم المتناقضة في آن واحد ، فهي تساعد على تغيير العادات والقيم والمفاهيم التقليدية، فتسهم بذلك في خلق أشكال جديدة تعمل على

تثبيت القيم والرؤى التقليدية ، فتسهم عندئذ في تزييف وعي الأفراد بواقعهم المجتمعي وأدوارهم الحقيقية . ولما كانت المرأة وقضاياها والتحديات التي تواجهها تشغل موقعًا له خصوصيته باعتبارها أحد المحكات التي تتميز بشفافية خاصة داخل النسق الثقافي والقيمي السائد لذلك ، فإن علاقة المرأة بالإعلام كمشاركة في إنتاج الخطاب الإعلامي وكمتلقية لهذا الخطاب تطرح الكثير من التساؤلات والإشكاليات مما جعل هذه القضية موضع اهتمام العديد من الدارسين . ولقد تصاعد الاهتمام بدراسة هذه القضية (المرأة والإعلام)، منذ منتصف السبعينيات متواكبة مع تصاعد الاهتمام العالمي والمحلي بقضايا المرأة .

ويشير الحصاد النهائى للعديد من البحوث الإمبريقية والميدانية التي أجريت عن الخطاب الإعلام للمرأة ومدى تأثره بالسياسات الإعلامية السائدة وموقف القيادات الإعلامية النسائية والذكورية المسؤولة عن إنتاج هذا الخطاب والمشكلات والتحديات التي تواجهها الإعلاميات المصريات في إطار بيئة العمل الإعلامي بقوانينها وممارساتها والقيم والقوانين التي تتحكم في الأداء المهني للإعلاميات المصريات تشير هذه الدراسات إلى مجموعة من الحقائق نوجزها على النحو التالي :

١ - ينحاز الإعلام المصري للصور والأدوار التقليدية للمرأة ويحاول أن يحصرها في ثلاث صور متكررة: الأم المعطاءة المنحازة للذكور، والزوجة الخاضعة ، والابنة المطيعة .

٢- ينحاز الإعلام المصري للأسر الغنية والشرائح العليا من الطبقة الوسطى من سكان المدن ويتجاهل نساء الريف والبوادى. كما يركز على نجوم المجتمع من الفنانات والرياضيات وسيدات الأعمال ، ويتجاهل هموم ومشكلات آلاف النساء من المحاميات والطبيبات والمعلمات وربات البيوت والباحثات والفلاحات والعاملات سواء في الريف أو في المدن.

٣- لا يطرح الإعلام المصري رؤية متوازنة لأدوار ووظائف ومسؤوليات وحقوق المرأة والرجل والطفل داخل الأسرة المصرية ، بل يتجاهل الإشارة إلى واجبات ومسؤوليات الرجل ويركز على المسؤوليات والواجبات التقليدية للمرأة ويتعامل مع الطفل باعتباره حلية كمالية داخل الأسرة وليس باعتباره

مشروعًا مستقبليًا للمواطن المصري.

٤ - يركز الإعلام على الأدوار الاستهلاكية للمرأة والطفل مستخدمًا الإعلانات والأعمال الدرامية التي يتم توظيفها لإعلاء صوت الاستهلاك والفردية والإثراء السريع والقيم الربحية سواء في أعياد الميلاد أو الزواج أو الوفاة .

٥ - تتميز السياسات الإعلامية بالانتقائية والتحيز ضد الإناث ويبرز هذا بوضوح ف ثلاثة مجالات أولها: نوعية القيادات التي يتم اختيارها ، حيث تلعب الموروثات التاريخية دورًا حاسمًا في تشكيل صورة الإعلاميات في أذهان القيادات العليا ، مما يؤدى إلى استبعاد الكثيرات منهن عند الترشيح لشغل مواقع قيادية أو للسفر للمؤتمرات الخارجية أو للمشاركة في الدورات التدريبية رغم توفر الكفاءة والجدية والالتزام الأخلاقي لدى معظم هؤلاء الإعلاميات ويتمثل المجال الثاني في نوعية الشخصيات التي يتم استضافتها سواء في الصحف أو الإعلام المرئي والمسموع للتحدث في قضايا الأسرة والمرأة إذ تقتصر على هؤلاء الذين تجيزهم الرقابة وتسمح بهم علاقات المصالح مما يؤدى إلى استبعاد وتهميش الكفاءات الجادة والقادرة على طرح رؤى نقدية للواقع النسائي السائد . أما المجال .الثالث فهو يجسد في الأعمال الدرامية وبرامج المنوعات عبر شاشات التليفزيون حيث يتم توظيف تراث الحكم والأمثال الشعبية في إعادة إنتاج الصور التقليدية للعلاقات بين الرجل والمرأة وبينهم وبين أطفالهم .

٦- تفتقر المعالجات الإعلامية المقروءة والمرئية والمسموعة إلى التوازن النوعي بين الجنسين في مختلف القضايا التي يتناولها الإعلام المصري حيث لا يتم الاستعانة بآراء النساء إلا بنسبة لا تزيد عن ٥ر٧٪ سواء في القضايا السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية والإبداعية .

٧- تعانى الإعلاميات المصريات من كثرة الضغوط الاجتماعية والمهنية سواء من جانب بيئة العمل الإعلامي حيث تمارس منظومة القيم والتقاليد والتفسير الذكوري للأديان تأثيرًا سلبيًا على صورة الإعلاميات لدى القيادات من ناحية وصورة الذات لدى الإعلاميات أنفسهن من ناحية أخرى أما من

جانب مؤسسة الأسرة فالعمل الإعلام يتطلب قدرًا من التفرغ وكثرة التنقل مما يتعارض مع المسؤوليات الأسرية للإعلاميات والتي لا يزال الرجل تماما داخل المنزل . ومن جانب المجتمع لا تزال بعض الشرائح الاجتماعية خصوصًا في صعيد مصر تنظر إلى عمل الصحفية والإعلامية نظرة غير لائقة مما مغلو، صراعات مستمرة بين الإعلاميات ومنظومة القيم الاجتماعية السائدة.

ومن هنا برزت الحاجة إلى ضرورة إجراء المزيد من البحوث والدراسات الوصفية والتحليلية التي تتناول بيئة العمل الإعلامي في المؤسسات الصحفية واتحاد الإذاعة والتليفزيون للتعرف على حجم المشاركة النسائية ودراسة تأثيرها السلبي والايجابي على السياسات الإعلامية وعلاقات العمل بين الزملاء وزميلاتهم وبينهم وبين رؤسائهم والعلاقات مع المصادر للكشف عن الأسباب التي تساعد على استمرار إعادة إنتاج خطاب إعلامي منحاز طبقيا ومهنيا وديموجرافيا مما يكرس الفجوة النوعية وتجلياتها السلبية سواء في مواقع صنع القرار أو القضايا التي يتناولها الإعلام المصري والتي تتناول المجتمع بكافة شرائحه من الرجال والنساء .

كذلك برزت الضرورة إلى عقد وتنظيم العديد من الدورات التثقيفية والتدريبية للإعلاميين والإعلاميات المصريات لتوعيتهم بأهمية إدراج عنصر النوع الاجتماعي في كافة المعالجات الإعلامية وتدريبهم على ضرورة تضمين وجهات نظر المرأة في جميع القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية والدينية التي يتناولها الإعلام المصري مقروءًا ومرئيًا ومسموعًا.

أ- المؤسسات الصحفية :

جدول رقم (١) **أولا :** التوزيع النوعي للصحفيين والصحفيات (أعداد ونسب الصحفيين والصحفيات) المسجلين بنقابة الصحفيين موزعة على المؤسسات الصحفية القومية والحزبية والصحف المستقلة والدوريات .

جدول رقم (٢) **ثانيًا :** تواريخ تسجيل الصحفيين والصحفيات بعضوية

جدول رقم (٣) **ثالثًا :** التوزيع النوعي لمناصب الصحفيين والصحفيات بدار التعاون.

جدول رقم (١)

بيان بعدد السيدات والرجال أعضاء النقابة وحسب توزيعهم في المؤسسات الصحفية المختلفة

الجريدة	المشتغلين		تحت التمرين		المجموع			النسبة	
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	الإجمالي	ذكر	أنثى
١- الأهرام	٧١١	٣١٨	٨٧	٧	٧٩٨	٣٨٨	١١٨٦	٪٦٧,٣	٪٣٢,٧
٢- الأخبار	٤٠١	١٥٠	١٧	٨	٤١٨	١٥٨	٥٧٦	٪٧٢,٦	٪٢٧,٤
٣- الجمهورية	٤١٠	٩٤	٣٠	٩	٤٤٠	١٠٣	٥٤٣	٪٨١,١	٪١٨,٩
٤- أ ش أ	٢٤٥	١٤١	٤	٦	٢٤٩	١٤٧	٣٩٦	٪٦٢,٩	٪٣٧,١
٥- روز اليوسف	١٠٢	٥٣	٢٨	١٣	١٣٠	٦٦	١٩٦	٪٦٦,٣	٪٣٣,٧
٦- دار الهلال	١٣٤	٥٢	٦	٧	١٤٠	٥٩	١٩٩	٪٧٠,٤	٪٢٩,٦
٧- التعاون	١٣٢	٣٧	٨	٥	١٤٠	٤٢	١٨٢	٪٧٦,٩	٪٣٣,١
٨- أكتوبر	٨٧	٣٥	٠	١	٨٧	٣٦	١٢٣	٪٧٠,٧	٪٢٩,٣
٩- الإذاعة	٥٦	٣٠	١	٥	٥٧	٣٥	٩٢	٪٦١,٩	٪٣٨,١
١٠- الوفد	٩٩	١٧	١٩	٣	١١٨	٢٠	١٣٨	٪٨٢,٥	٪١٤,٥
١١- الشعب	٥٣	٨	٦	٠	٥٩	٨	٦٧	٪٨٨,١	٪١١,٩
١٢- الأحرار	٥٩	٩	٣٨	٥	٩٧	١٤	١١١	٪٨٧,٤	٪١٢,٦
١٣- الأهالي	٢٦	٦	٢	٠	٢٨	٦	٣٤	٪٨٢,٤	٪١٧,٦
١٤- مايو	١٩	١٥	٠	٠	١٩	١٥	٣٤	٪٥٥,٩	٪٤٤,١
١٥- العربي	٤٠	١٠	٥	٢	٤٥	١٢	٥٧	٪٧٨,٩	٪٢١,١

تابع جدول رقم (١)

بيان بعدد السيدات والرجال أعضاء النقابة وحسب توزيعهم في المؤسسات الصحفية المختلفة

الجريدة	المشتغلين		تحت التمرين		المجموع			النسبة	
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	الإجمالي	ذكر	أنثى
١٦- الرأى	٢٠	٧	٣٣	٨	٤٣	١٥	٥٨	٪٧٤,١	٪٢٥,٩
١٧- الأسبوع	١٧	٦	٢٩	٦	٤٦	١٢	٥٨	٪٧٩,٣	٪٢٠,٧
١٨- العالم اليوم	٩	٥	٢٧	١٣	٣٦	١٨	٥٤	٪٦٦,٧	٪٣٣,٣
١٩- وطني	٣	٣	٠	٠	٣	٣	٦	٪٥	٪٥
٢٠- المختار الإسلامي	١٢	٤	٤	٢	١٦	٦	٢٢	٪٧٢,٧	٪٢٧,٣
٢١- الحقيقة	٢٠	٣	٧	٢	٢٧	٥	٣٢	٪٨٤,٤	٪١٢,٦
٢٢- رويتر	١٧	١	٠	٢	١٧	٣	٢٠	٪٨٥	٪١٥
٢٣- آفاق عربية	٦	١	١٣	٢	١٩	٣	٢٢	٪٨٦,٤	٪١٣,٦
٢٤- الناس	٤	١	٠	٠	٤	١	٥	٪٨٠	٪٢٠
٢٥- الشرق الأوسط	٥	١	٠	٠	٥	١	٦	٪٨٣,٣	٪١٦,٧
٢٦- العمال	٥	١	١	٠	٦	١	٧	٪٨٥,٧	٪١٤,٣
٢٧- اللواء الإسلامي	٦	١	٠	٠	٦	١	٧	٪٨٥,٧	٪١٤,٣
١٨- حر	١٢٧	٣٥	٠	٠	١٢٧	٣٥	١٦٢	٪٧٨,٤	٪٢١,٦
٢٩- يونايتد برس	١	١	٠	٠	١	١	٢	٪٥٠	٪٥٠
٢٠- إسوشيتدبرس	٢	١	٠	٠	٢	١	٣	٪٦٦,٧	٪٣٣,٣

تابع جدول رقم (١)

بيان بعدد السيدات والرجال أعضاء النقابة وحسب توزيعهم في المؤسسات الصحفية المختلفة

الجريدة	المشتغلين		تحت التمرين		المجموع			النسبة	
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	الإجمالي	ذكر	أنثى
٣١- الأنباء الفرنسية	١	١	٠	١	١	٢	٣	٣٣,٣٪	٦٦,٧٪
٣٢- مركز توثيق المعلومات	٠	١	٠	٠	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٣٣- كيود اليابانية	١	١	٠	٠	١	١	٢	٥٠٪	٥٠٪
٣- الكاتب	٠	١	٠	٠	٠	١	١	صفر	١٠٠٪
٣٥- تايمز	٠	١	١	٠	١	١	٢	٥٠٪	٥٠٪
٣٦- كلية الإعلام	٠	١	٠	٠	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٣٧- جريدة جولف "بدي"	٠	١	٠	٠	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٣٨- اليونيسكو	٠	١	٠	٠	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٣٩- دار الصياد	٠	١	٠	٠	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٤٠- النبأ	٠	١	٧	٤	٧	٥	١٢	٥٨,٣٪	٤١,٧٪
٤١-وكالة الصحافة الدولية	٠	١	٠	٠	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٤٢- التكامل	٠	١	٠	٠	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٤٣- وكالة إيطاليا	٠	١	٠	٠	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٤٤- الميدان	٤	٠	١٧	١	٢١	١	٢٢	٩٥,٩٪	٤,٥٪
٤٥- مصر للتجارة	٥	٠	٠	١	٥	١	٦	٨٣,٣٪	١٦,٧٪

تابع جدول رقم (١)

بيان بعدد السيدات والرجال أعضاء النقابة وحسب توزيعهم في المؤسسات الصحفية المختلفة

الجريدة	المشتغلين		تحت التمرين		المجموع			النسبة	
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	الإجمالي	ذكر	أنثى
٤٦- الرأي العام	٠	٠	٣	١	٣	١	٤	٧٥٪	٢٥٪
٤٧- الأمة	٦	٠	٣	٢	٩	٢	١١	٨١,٨٪	١٨,٢٪
٤٨- عكاظ	٠	٠	٢	١	٢	١	٣	٦٦,٧٪	٢٣,٣٪
٤٩- الأسواق	٠	٠	٣	١	٣	١	٤	٧٥٪	٢٥٪
٥٠- العمل	٢	٠	١	٣	٣	٣	٦	٥٠٪	٥٠٪
٥١- سيداي تعاوني	٠	٠	٠	١	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٥٢- الحياة الدولية	٠	٠	٠	١	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٥٣- اللواء اللبناني	٠	٠	٠	١	٠	١	١	صفر٪	١٠٠٪
٥٤- التوحيد	٠	٠	٣	٠	٣	٠	٣	١٠٠٪	صفر٪
٥٥- ميدان الرياض	٢	٠	٤	٠	٦	٠	٦	١٠٠٪	صفر٪
٥٦- لواء الإسلام	٧	٠	٠	٠	٧	٠	٧	١٠٠٪	صفر٪
٥٧- النور	٢	٠	٠	٠	٢	٠	٢	١٠٠٪	صفر٪
٥٨- الموقف العربي	٢	٠	٠	٠	٢	٠	٢	١٠٠٪	صفر٪
٥٩- الأنباء الكويتية	٧	٠	٠	٠	٧	٠	٧	١٠٠٪	صفر٪
٦٠- الأنباء القطرية	٢	٠	٠	٠	٢	٠	٢	١٠٠٪	صفر٪

تابع جدول رقم (١)

بيان بعدد السيدات والرجال أعضاء النقابة وحسب توزيعهم في المؤسسات الصحفية المختلفة

الجريدة	المشتغلين		تحت التمرين		المجموع			النسبة	
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	الإجمالي	ذكر	أنثى
٦١-كل الناس	٤	٠	١	٠	٥	٠	٥	١٠٠٪	صفر٪
٦٢- صوت أمريكا	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٦٣- الخليج	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٦٤- جامعة القاهرة	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٦٥- أخبار العلوم	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٦٦- المراسل	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٦٧- الأنباء السعودية	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٦٨- اليسار	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٦٩- صاعد	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٧٠- صوت العرب	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٧١- أخبار الأسبوع	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٧٢- التضامن	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٧٣- الأمة الإسلامية	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٧٤- مجلة السينما	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٧٥- مجلة البترول	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪

تابع جدول رقم (١)

بيان بعدد السيدات والرجال أعضاء النقابة وحسب توزيعهم في المؤسسات الصحفية المختلفة

الجريدة	المشتغلين		تحت التمرين		المجموع			النسبة	
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	الإجمالي	ذكر	أنثى
٧٦- صوت الجامعة	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٧٧- صوت الأسبوع	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٧٨- جامعة الدول العربية	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٧٩- منبر التجاريين	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٨٠- الصحوة العربية	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٨١- وفد الدلتا	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٨٢- صوت الأزهر	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٨٣- العهد الجديد	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٨٤- الأنباء التركية	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٨٥- النيل	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٨٦- الأنباء العمانية	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٨٧- المواجهة	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪
٨٩- كونتاكت ميدال إيست	١	٠	٠	٠	١	٠	١	١٠٠٪	صفر٪

جدول رقم (٢)

بيان بتواريخ تسجيل الأعضاء المشتغلين بالنقابة

قبل سنة ١٩٤٠		من سنة ١٩٤١ إلى ١٩٦٠		من سنة ١٩٦١ إلى ٢٠٠٠		الإجمالي
ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	
٣٠٩	١٠٩	١٥٤٩	٦٣٧	١٠٢١	٣٧٧	٤٠٠٢
٪٧.٧٢	٪٢.٧٢	٪٣٨.٧	٪١٥.٩٢	٪٢٥.٥١	٪٩.٤٢	٪١٠٠

المصدر :سجلات الصحفيين ٢٠٠٠.

من الجدول السابق يمكن أن نستنتج أن إجمالي الصحفيات المشتغلات (وفقًا لتواريخ التسجيل حتى سنة ٢٠٠٠) بلغ ١١٢٣ بنسبة ٢٨.٠٦٪ من إجمالي المشتغلين وهم ٤٠٠٢ ، أما إجمالي الصحفيين المشتغلين بلغ ٢٨٧٩، بنسبة ٧١.٩٣٪

جدول رقم (٣)

مناصب الصحفيات (السيدات) في مؤسسة (دار التعاون)

محرره	رئيس التحرير	مدير تحرير	نائب رئيس التحرير	نائبة رئيس التحرير	رئيس قسم	سكرتيرة تحرير	المجموع
١٨	-	١	٥	٨	٣	١	٣٦ م.ك/١٥٩
١١,٣٢	صفر٪	٪٠,٦٣	٪٣,١٥	٪٥,٠٣	٪١,٩٧	٪٠,٦٣	٪٢٢,٤٦

المصدر :سجلات الصحفيين ٢٠٠٠.

يبلغ إجمالي عدد الصحفيين والصحفيات بدار التعاون = ١٥٩ منهم ٣٦ صحفية (تتدرج في المناصب السابق ذكرها وبالنسب الموضحة في الجدول السابق).

كما يشير أيضًا الجدول السابق إلى أن نسبة عدد الصحفيات (في مختلف المناصب) هو ١١.٤٦٪ بينما تصل نسبة الصحفيين إلى ٧٧.٥٤٪.

وجاءت نسبة المحررات في المرتبة الأولى بنسبة ١١.٣٢٪ تلتها نائبة مدير التحرير بنسبة ٥.٠٣٪، وجاء في المرتبة الثالثة نائبة رئيس تحرير بنسبة ٣.١٥٪ ، وفي المرتبة الرابعة رئيسة قسم بنسبة ١.٩٧٪ ، وفي المرتبة الخامسة سكرتيرة تحرير بنسبة ٠.٦٣٪ ، ومديرة التحرير في نفس المرتبة بنسبة ٠.٦٣٪ ، وفي المرتبة الأخيرة رئيسة تحرير بنسبة صفر٪.

ملاحظات على الجدولين رقم (١) ، (٢) الخاصين بأعداد أعضاء نقابة الصحفيين (ذكور وإناث) وتواريخ تسجيل الأعضاء.

لقد كانت المشاركة النسائية في الصحافة المصرية أسبق في كل الميادين، فمنذ نهايات القرن ١٩ احتلت الصحافة النسائية موقعها على ساحة العمل الإعلامي المصري، حيث برزت هند نوفل في مجلة الفتاة ١٨٩٢ ولبيبه هاشم في مجلة النهضة النسائية ١٩٠٦ ثم بلسم عبد الملك في (المرأة المصرية) وتفيده علام في (أمهات المستقبل) ، ومنذ عام ١٩٠٨ توالت أسماء الكاتبات والصحفيات جميلة حافظ وفاطمة نعمت راشد ومي زيادة ثم جميلة العلايلي ووداد سكاكيني وأسماء فهمي ومنيرة ثابت وسهير القلماوي وبنت الشاطئ وأمينة السعيد . وقد تزايدت المشاركة النسائية في الصحافة المصرية على امتداد العقود الأربعة الماضية، إذ بلغت النسبة ٢٨.١٪ ، وتراوحت النسبة ما بين صفر٪ في بعض الصحف الصغيرة و٤٤.١٪ في صحيفة مايو.

هذا وقد لوحظ أن الصحف القومية (٩صحف) تستأثر بأكبر نسبة من المشاركة النسائية إذ تتراوح مابين (١ ,٣٨٪) في مجلة الإذاعة تليها مباشرة وكالة أنباء الشرق الأوسط (١ ,٣٧٪) ثم مجلة روز اليوسف (٧ ,٣٣٪) وتشغل الأهرام الترتيب الرابع إذ تبلغ النسبة (٧ ,٣٢٪) وتنخفض النسبة بصورة ملحوظة في جريدة الجمهورية إذ لا تزيد عن (٩ ,١٨٪) .

أما بالنسبة للصحف الحزبية (٦ صحف) فقد لوحظ انخفاض نسبة المشاركة النسائية بصورة عامة وقد يرجع ذلك إلي حداثة هذه الصحف واعتمادها جزئيًا علي

الكوادر الصحفية العاملة في الصحف القومية وتبلغ أعلى نسبة للمشاركة النسائية في صحيفة العربي رغم أنها أحدث الصحف الحزبية في تاريخ الصدور وتبلغ النسبة (١ , ٢١٪) في حين تقل النسبة في كل من الشعب (٩ , ١١٪) والأحرار (٦ , ١٢٪).

أما باقي الصحف المصرية التي يطلق عليها اسم مستقلة أو خاصة ويصل عددها إلي ٦٥ دورية تصدر باللغة العربية فيما عدا دوريتين يصدران باللغة الإنجليزية فإن الوضع يختلف بالنسبة للمشاركة النسائية إذ تصل إلي نسبة ١٠٠٪ في العديد من هذه الدوريات والصحف وتبلغ أدني نسبة في الميدان (٥ , ٤٪).

هذا وقد لوحظ أن هناك ٣٦ صحيفة تخلو من المشاركة النسائية مثل صوت الأزهر وصوت العرب وأخبار الأسبوع والأمة الإسلامية . . . .إلخ .

هذا ويلاحظ تزايد نسبة المشاركة النسائية في المجال الصحفي منذ حقبة الأربعينيات إذ لم تزد عن ٧٢ , ٢٪ فيما تزايدت في حقبتي الخمسينيات والستينيات إلي ٩٣ , ٥١٪ ويغزي ذلك إلي السياسات التعليمية لثورة يوليو التي فتحت المجال واسعًا أمام التعليم المجاني ، مما أتاح الفرصة للفتيات للالتحاق بالجامعات ، ومن ثم الاشتغال بالصحافة بصورة متزايدة . هذا فيما انخفضت هذه النسبة في الفترة التالية (السبعينيات والثمانينيات والتسعينيات) إذ لم تزد نسبة المشاركة النسائية في الصحافة عن ٤٢ , ٩٪ . ويمكن تفسير ذلك في ضوء التغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي طرأت علي المجتمع المصري بعد إعلان سياسة الانفتاح الاقتصادي ١٩٧٤ مما أدى إلى انحسار فرص التعليم الجامعي أمام الفتيات في ظل غياب مجانية التعليم (بمعناها الحقيقي) وتفضيل تعليم الذكور على الإناث وانعدام فرص العمل أمام الخريجات في ظل انتشار البطالة وضيق سوق العمل الصحفي أمام الخريجين عمومًا والخريجات علي وجه الخصوص .

وفيما يتعلق بالكليات والمعاهد التي تخرج منها (الصحفيون والصحفيات)، المؤسسات الصحفية المختلفة فقد تراوحت بين كلية الإعلام ، وكلية اقتصاد وعلوم سياسية ، وكلية الآداب قسم إعلام ، وكلية الآداب قسم لغة عربية ، وكلية الآداب لغات ، وكلية الآداب قسم فلسفة ، وكلية الآداب قسم (فرنسي) ، وكلية الآداب قسم مكتبات ، وكلية الحقوق، ومعهد التعاون ، وكلية تربية رياضية ، ودبلوم فني

تكنولوجيا البترول .

وتشير الملاحظة الإجمالية إلي أن الغالبية العظمى من العاملين في المؤسسات الصحفية قد تخرجوا من كليات الإعلام ، وآداب قسم إعلام ، ونظرًا لعدم رصد الأعداد والنسب الخاصة بهذه الفئة في سجلات نقابة الصحفيين مما حال دون التعرض لها بالتفصيل .

قطاعات الإعلام المرئي والمسموع

جدول رقم (١) **:** أولا : التوزيع النوعي للعاملين بقطاعات الإعلام المرئي والمسموع (الإذاعة والتليفزيون – الفضائيات – القنوات المتخصصة)

جدول رقم (٢) **:** ثانيًا : التوزيع النوعي لقيادات الإدارة العليا في قطاعات الإعلام المرئي والمسموع .

ب- قطاعات الإعلام المرئي والمسموع:

قطاع الإذاعة والتليفزيون والفضائيات والقنوات المتخصصة .

يضم كل من قطاع الإذاعة والتليفزيون والفضائيات والقنوات المتخصصة عدة شبكات وقنوات وتنطوي كل منها على عدة برامج موجهة للمرأة ..

أولاً : يضم قطاع الإذاعة ٥ شبكات رئيسية هي :

١ – شبكة البرنامج العام وتضم ٤ برامج موجهة للمرأة هي ربات البيوت والمرأة العاملة ، وأكلات صيفية ، وإبداع امرأة .

٢ – شبكة صوت العرب وتضم برنامج أسرتي بإذاعة صوت العرب وفتاة فلسطين بإذاعة فلسطين، وبرنامج بنت النيل بإذاعة وادي النيل .

٣– شبكة إذاعة الشرق الأوسط وتضم ثلاثة برامج موجهة للمرأة هي للنساء فقط ، وآخر صيحة ، ويوميات امرأة عصرية .

٤ – شبكة الإذاعات الإقليمية وتضم ١١ إذاعة تبث كل منها عادة برامج مواجهة للمرأة وتفصيلا لذلك:

أ - جنوب الصعيد ويضم ثلاثة برامج موجهة للمرأة هي مجلة المرأة ، وعالم المرأة ، ومجلة الأسرة.

ب- إذاعة شمال سيناء وتضم ثلاثة برامج موجهة للمرأة هي: مع الأسرة والمرأة والتنمية ولك يا سيدتي.

جـ- إذاعة الوادي الجديد وتضم برامج موجهة للمرأة هي: ست الدار وكلمات للبنات – هو وهي – عطاء حواء – مجلة الأسرة – نساء لها تاريخ.

د- إذاعة القاهرة الكبرى وتضم ٦ برامج موجهة للمرأة هي: خدمة لكل أسرة ، وطريق السعادة، وحواء القاهرة، وأم الهنا ومع الأسرة، وأفكار عصرية.

هـ- إذاعة الإسكندرية وتضم ٦ برامج موجهة للمرأة هي: عزيزي آدم- عزيزتي حواء – إنها حقا عائلة مثالية – ست البيت – سنة أولى أمومة – حواء من الألف إلى الياء – شقائق الرجال.

و- إذاعة جنوب سيناء وتضم ثلاثة برامج موجهة للمرأة هي: ست البيت – بنت بلدي – مع الأسرة.

ز- إذاعة وسط الدلتا وتضم ٧ برامج هي: بيت العز، وكلام يهمك ، المرأة والتنمية ،سنة أولى أمومة ، كلمة في ودنك ،مجلة المرأة ، مشكلتك لها حل.

ح- إذاعة مرسى مطروح وتضم ٤ برامج موجهة للمرأة هي: البيت السعيد ، بنت بلادي،والأسرة السعيدة،وأنت وطفلك.

ط- إذاعة القناة وتضم ٤ برامج موجهة للمرأة هي: لك يا سيدتي وعزيزي الزوج وست البيت ومع المرأة.

ى- إذاعة شمال الصعيد وتضم ٥ برامج موجهة للمرأة هي: مجلة المرأة والتنمية – أنت وطفلك – دار الهنا – أسرة سعيدة.

ك- شبكة القرآن الكريم وتضم برنامجين هما: الأسرة والمجتمع،وفقه المرأة.

هـ- شبكة الشباب والرياضة وتضم ٤ برامج موجهة للمرأة هي: سيدتي الشابة الجميلة – البحث عن حواء – آدم وحواء – المرأة في التاريخ الإسلامي.

ثانيًا : يضم قطاع التليفزيون ثماني قنوات تحوي كل منها عدة برامج موجهة للمرأة وتفصيلا لذلك :

القناة الأولى : وتضم برنامجين موجهين للمرأة هما دنيا،ومجلة المرأة.

القناة الثانية : وتضم ٥ برامج موجهة للمرأة هي : صحي ومفيد – حواء تحت الأضواء – عالم الموضة – أحلام البنات – آدم وحواء.

القناة الثالثة : وتضم ٥ برامج موجهة للمرأة هي: أسرة سيدة مهمة،وطعم الحاجات،وزحمة،وإدارة وشطارة،وبنت النيل.

القناة الرابعة : وتضم ٧ برامج موجهة للمرأة هي : المرأة الريفية – بريد المرأة – أوراق نسائية – المرأة والمجتمع – نادي الأسرة – النص الحلو – المرأة في كل مكان.

القناة الخامسة : وتضم ٦ برامج موجهة للمرأة هي ست البنات – بيتي دنيتي – كلام الستات – نادي أمهات ٢٠٠٠ – بنات اليوم – برنامج ريفيات.

القناة السادسة : وتضم ثلاثة برامج موجهة للمرأة – كامل العدد – بالهنا والشفا – المرأة العصرية.

القناة السابعة : وتضم ٥ برامج موجهة للمرأة هي : حواء والحياة – أختي الصعيدية – مهن نسائية – دنيا الأمومة – هن في عيونهم.

جدول رقم (١)
توزيع العاملين الدائمين وفقا للنوع على القطاعات
في ٣٠/٦/٢٠٠٠

القطاع	النوع		الإجمالي	النسبة	
	ذكور	إناث		نسبة الذكور	نسبة الإناث
الرئاسة	٢٧٣	٢٨٣	٥٥٦	٤٩,١	٥٠,٩
الأمانة	٥٣٤	٦٨٨	١٢٢٣	٤٣,٧	٥٦,٣
الاقتصادي	٤١٧	٣٤٧	٧٦٤	٥٤,٦	٤٥,٤
الهندسة الإذاعية	٧٩٩٤	١٧٢٠	٧٩١٤	٨٢,٣	١٧,٧
الإذاعة	٢٠٠٦	٢٢٥٦	٤٢٦٢	٤٧,١	٥٢,٩
التليفزيون	٣٢٥١	٢٩٢٧	٦١٧٨	٥٢,٦	٤٧,٤
المجلة	١٤٠	٨٥	٢٢٥	٦٢,٢	٣٧,٨
الإنتاج	١٢٦٣	٥٢٢	١٧٨٥	٧٠,٨	٢٩,٢
الأمن	١٠٩٣	١٦	١١٠٩	٩٨,٦	١,٤
الفضائي	٣٣٨	٢٤٧	٥٨٥	٥٧,٨	٤٢,٢
الأخبار	٨١٢	٨٦٢	١٦٧٤	٤٨,٥	٥١,٥
المتخصصة	٩٥	٨٨	١٨٣	٥١,٩	٤٨,١
الإجمالي	١٨٢١٦	١٠٠٤١	٢٨٢٥٧	٦٤,٥	٣٥,٥

المصدر : اتحاد الإذاعة والتليفزيون – الإدارة المركزية للتخطيط ٢٠٠٠.

جدول رقم (٢)
توزيع الإدارة العليا وفقا للنوع على القطاعات
في ٣٠/٦/٢٠٠٠

القطاع	النوع		الإجمالي	النسبة	
	ذكور	إناث		نسبة الذكور	نسبة الإناث
الرئاسة	٩	١٩	٢٨	٣٢,١	٦٧,٩
الأمانة	١٣	١٨	٣١	٤١,٩	٥٨,١
الاقتصادي	٢٦	١٦	٤٢	٦١,٩	٣٨,١
الهندسة الإذاعية	١٢٣	٥٦	١٧٩	٦٨,٧	٣١,٣
الإذاعة	٨٧	٦٨	١٥٥	٥٦,١	٤٣,٩
التليفزيون	٦٩	٩٢	١٦١	٤٢,٩	٥٧,١
المجلة	٢	-	٢	١٠٠	-
الإنتاج	١٦	١٧	٣٣	٤٨,٥	٥١,٥
الأمن	١٥	١	١٦	٩٣,٨	٦,٢
الفضائي	٤	٨	١٢	٣٣,٣	٦٦,٧
الأخبار	٣٤	٣٧	٧١	٤٧,٩	٥٢,١
المتخصصة	١٣	١١	٢٤	٥٤,٢	٤٥,٨
الإجمالي	٤١١	٣٤٣	٧٥٤	٥٤,٥	٤٥,٥

المصدر : اتحاد الإذاعة والتليفزيون – الإدارة المركزية للتخطيط ٢٠٠٠

ملاحظات

١ - لوحظ أن قطاع الإذاعة يقدم من خلال شبكاته الخمس ٦٣ برنامجًا موجهًا للمرأة والأسرة المصرية ويشير بيان التوزيع النوعي إلى أن نسبة المشاركة النسائية تبلغ ٩ر٥٢٪ أي ٢٢٥٦ امرأة يتوزعن على وظائف معدات للبرامج ومذيعات - ويشير الرصد الاستطلاعي أن هناك ٢٠ برنامجًا موجهًا للأسرة بنسبة ٧١ر٣٠٪ وثلاث برامج فقط عن المرأة العاملة والمرأة والتنمية بنسبة ٥٪ وبرنامجين عن تاريخ المرأة بنسبة ٤٪ ، وهناك ٣٨ برنامج أي بنسبة ٦٠٪ تدور جميعها حول الاهتمامات التقليدية للمرأة وأدوارها كزوجة تحرص على الحفاظ على زوجها بكافة السبل وأم منحازة للذكور وحارسة للتراث التقليدي الذي يكرس فكرة النقص الأنثوي ويتجاهل كافة الانجازات التي حققتها المرأة في مجالات التعليم والعمل والمشاركة السياسية والثقافية والإبداعية . وقد يبدو مثيرًا للدهشة استبعاد المرأة الريفية من قائمة البرامج الإذاعية الموجهة للمرأة فلا يوجد برنامج واحد مخصص لنساء الريف . وقد توصلت الدراسات التي أجريت عن صورة المرأة في الإعلام المسموع إلى هذه النتاج .

٢ - لوحظ أن قطاع الإعلام المرئي من خلال ٨ قنوات أرضية وقناتين فضائيتين وقناة النيل الدولية والقنوات المتخصصة التي تضم ٤ قنوات هي : المعلومات، وقناة الأسرة، والطفل، والمعارف، والأخبار يقدم ٦٢ برنامجا موجهًا للمرأة والأسرة المصرية . ويشير بيان التوزيع النوعي إلى أن نسبة المشاركة النسائية في التليفزيون تبلغ ٤ر٤٧٪ (٢٩٢١امرأة) والقطاع الفضائي يضم ٢٤٧ امرأة بنسبة ٢ر٤٢٪ ، كما تبلغ نسبة المشاركة النسائية في قطاع الأخبار ٥ ر ٥١٪ (٨٦٢ امرأة).

أما في القنوات المتخصصة تصل نسبة المشاركة النسائية إلى ١ر٤٨٪ (٦٦ امرأة) ويشير الرصد الاستطلاعي إلى أن هناك ٤ برامج فقط موجهة للأسرة بنسبة ٦.٥٪ وينفرد القطاع المرئي بتخصيص برنامجين للمرأة الريفية عدا ٣

برامج للمرأة الجنوبية في صعيد مصر كما يخصص برنامجين لصحة المرأة والأسرة، وتبرز القناة الرابعة في هذا الصدد إذ تتميز برامجها الموجهة للمرأة بالخروج عن الإطار التقليدي السائد في سائر القنوات وتتنوع بين المرأة الريفية وبريد المرأة والمرأة والمجتمع وأوراق نسائية ونادي الأسرة والمرأة في كل مكان . ولكن يغلب على البرامج المتبقية الطابع التقليدي الذي يحصر المرأة في دائرة الأدوار التقليدية (الموضة والمكياج والأزياء والأغذية غالية الثمن ....الخ).

٣- يلاحظ أن نسبة المشاركة النسائية في المناصب القيادية العليا تبلغ ٩ر٥٠٪ في رئاسة القطاع المرئي والمسموع وتزداد هذه النسبة فتصل إلى ٧ر٥٩٪ في أمانة اتحاد الإذاعة والتليفزيون . ورغم هذا الكم الكبير من البرامج المخصصة للمرأة والأسرة وارتفاع نسبة المشاركة النسائية في مواقع صنع القرار غير أن الدراسات تشير إلى أنه لم يطرأ أية تغيرات في توجهات هذه البرامج أو المضامين التي تبثها أو الشخصيات التقليدية التي تستضيفها مما يتطلب إجراء المزيد من الدراسات لتقصى أسباب هذا الخلل والذي يمكن تفسيره بأن القيادات النسائية الإعلامية لا تمتلك تصورًا محددًا إزاء قضايا المرأة والأسرة المصرية وتتأرجح مثل القيادات الذكورية بين الفكر السلفي الذي يؤمن بالموروثات التاريخية والتفسير الذكوري للأديان وبين الاتجاهات الوافدة المتغربة.

جـ- القطاع الأكاديمي في الإعلام:

جدول رقم (١) : أولاً: التوزيع النوعي لأعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

جدول رقم (٢) : ثانيًا: التوزيع النوعي للطلبة والطالبات بكلية الإعلام – جامعة القاهرة – عام ٢٠٠٠ – ٢٠٠١م.

جدول رقم (٣) : ثالثًا: التوزيع النوعي لموظفي وموظفات كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

جدول رقم (١) الخاص بأعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

	دكتـــوراه								تحت الدكـــتوراه				المجموع
	أستاذ		أستاذ مساعد		مدرس		أستاذ متفرغ وغير متفرغ		مدرس مساعد		معيد		
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	نكور	إناث	نكور	إناث	نكور	إناث	
قسم صحافة	٣	٣	٤	١	٩	٣	٣	٢	٣	٣	٤	١٠	٤٨
النسبة	٦,٢٥٪	٦,٢٥٪	٨,٣٣٪	٢,٠٨٪	١٨,٧٥٪	٦,٢٥٪	٦,٢٥٪	٤,١٧٪	٦,٢٥٪	٦,٢٥٪	٨,٣٣٪	٢٠,٨٪	
قسم إذاعة	٨	٣	٤	٦	٥	١	٠	١	٥	٤	٩	٠	٤٦
النسبة	١٧,٠٢٪	٦,٣٨٪	٨,٥١٪	١٢,٨٦٪	١٠,٦٤٪	٢١,١٣٪	صفر٪	٣,٤٦٪	١٠,٦٤٪	٨,٥١٪	١٩,١٥٪	صفر٪	
قسم علاقات عامة	٢	٠	٠	٠	٣	٦	٠	٠	٣	٧	٠	١٠	٣٨
النسبة	٥,٢٦٪	صفر	صفر٪	صفر٪	٧,٨٩٪	١٥,٨٩٪	صفر٪	صفر٪	٧,٨٩٪	١٨,٤٢٪	صفر	٢٦,٣٢٪	

المصدر : سجلات كلية الإعلام – جامعة القاهرة عام ٢٠٠٠

ملاحظات:

يضم الفريق الأكاديمي بكلية الإعلام جامعة القاهرة (أساتذة – أساتذة مساعدين – مدرسين – مدرسين مساعدين – معيدين) ١٣١ عضوًا (ذكور وإناث) موزعين على الأقسام الثلاثة بالكلية (الصحافة – الإذاعة – العلاقات العامة والإعلان) وتبلغ نسبة المشاركة النسائية الكلية ٦٠ عضوة بنسبة ٤٤٪ من المجموع الكلى.

وبالنسبة لفئة أستاذ تتفاوت النسبة مابين الأقسام إذ تبلغ المشاركة النسائية بقسم الصحافة٤٢ , ١٠٪ (أساتذة عاملين – أساتذة متفرغين) بينما تنخفض قليلًا بقسم الإذاعة إذ تصل ٨٤ , ٩٪ وتنعدم تمامًا بقسم العلاقات العامة . وفيما يتعلق بفئة أستاذ مساعد تبلغ نسبة المشاركة النسائية بقسم الصحافة ٠٨ , ٢٪ وترتفع بقسم الإذاعة فتصل إلى٨٦ , ١٢٪ وتنعدم تمامًا بقسم العلاقات العامة . أما فئة المدرس تحقق المشاركة النسائية أعلى نسبة بقسم الإذاعة إذ تبلغ ١٣ , ٢١٪ ويليها قسم العلاقات العامة حيث يشكل النساء ٨٩ , ١٥٪ في حين تبلغ النسبة بقسم الصحافة ٢٥ر٦٪ ويتصدر قسم العلاقات العامة في نسبة المشاركة النسائية فى فئة المدرسين المساعدين إذ تبلغ ٤٢ , ١٨٪ ويليه قسم الإذاعة ٥١ , ٨٪ فيما تقل النسبة بقسم الصحافة إذ لا تتجاوز ٢٥ , ٦٪ ويحتفظ قسم العلاقات العامة بموقع الصدارة في نسبة المشاركة النسائية في فئة المعيدين إذ تبلغ ٣٢ , ٢٦٪ ويأتي بعده قسم الصحافة حيث تبلغ النسبة ٨ , ٢٠٪ وتنعدم تمامًا المشاركة النسائية في هذه الفئة بقسم الإذاعة .

ويعزى التفاوت في نسبة المشاركة النسائية في الفئات المختلفة التي تشكل الهيكل الأكاديمي بالأقسام الثلاثة بكلية الإعلام إلى عدة أمور يتعلق بعضها بتاريخ نشأة كل قسم ؛ إذ يلاحظ مثلا أن قسم الصحافة باعتباره أقدم أقسام الكلية لذلك يضم أعلى نسبة في فئة الأساتذة العاملين والمتفرغين بينما يخلو قسم العلاقات العامة من المشاركة النسائية في هذه الفئة بسبب حداثة نشأته هذا فيما يشغل هذا القسم موقع الصدارة في فئة المدرسين المساعدين والمعيدين لنفس السبب (حداثة النشأة).

أما السبب الثاني للتفاوت في أعداد النساء بعضوية هيئة التدريس بالأقسام فهو يرجع إلى تزايد إقبال الطالبات على الالتحاق بقسم الإذاعة ، ثم العلاقات العامة ، ويأتي قسم الصحافة في ذيل قائمة التفضيل لدى الطالبات بسبب جدية وصعوبة

المقررات بهذا القسم من ناحية وعدم ضمان الحصول على وظيفة بمجرد التخرج في حين أن فرص التوظيف لخريجي القسمين الآخرين متاحة بمعدل أكبر ، ويرجع هذا في الأساس إلى ضيق سوق العمالة في المجال الصحفي وضخامة أعداد المشتغلين بالصحافة فيما يشكل مجال الإعلام المرئي والمسموع والشركات والبنوك الانفتاحية مجالاً يزداد اتساعه وقدرته على استيعاب خريجين جدد من قسمي الإذاعة والعلاقات العامة .

جدول رقم (٢)
التوزيع التكراري لطلبة وطالبات مرحلة البكالوريوس
بكلية الإعلام – عام ٢٠٠٠ / ٢٠٠١

الفرقة	الشعبة	المصريين		المصريين		المصريين		الإجمالي
		ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	
الأولى		١٠٨	٤٢٣	-	٤	١٨	٤٢٧	٥٣٥
الثانية		٦٣	٢٨٧	-	٧	٦٣	٢٩٤	٣٥٧
الثالثة	صحافة	٣٦	٦٠	١	-			٩٧
	إذاعة	٣٣	١١٧	-	١			١٥١
	علاقات	٤٣	١٣١	١	١			١٧٦
						١١٤	٣١٠	٤٢٤
الرابعة	صحافة	٤٤	٦٥	-	١	-	-	١١٠
	إذاعة	١٩	٩٣	-	١	-	-	١١٣
	علاقات	٤٨	١١٢	-	٣			١٦٣
						١١١	٢٧٥	٣٨٦
		٣٩٤	١٢٨٨	٢	١٨	١٧٠٢		
		٪٢٣,١٨	٪٧٥,٧	٪٠,١٢	٪١	٪١٠٠		

المصدر : سجلات كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، العام الدراسي ٢٠٠٠-٢٠٠١

الملاحظات:

١- تشكل السنة الأولى ٣١,٤٪ من طلبة الكلية، بها ٧٩٪ طالبات و٢١٪ طلبة ذكور.

٢- تشكل السنة الثانية بالكلية ٢١٪ من طلبة الكلية، بها ٨٢٪ طالبات و١٨٪ طلبة ذكور.

٣- تشكل السنة الثالثة بتفرعاتها الثلاثة ٢٥٪ من طلبة الكلية، ويحتل فيها جملة الطالبات ٧٣٪، والطلبة ٢٧٪.

إلا أن توزيع الطالبات النسبي على الأقسام يحتل المرتبة الأولى في قسم الإذاعة (٧٧,٥٪)، يليه قسم العلاقات العامة (٧٤,٤٪)، ثم قسم الصحافة الذي تتراجع فيه النسبة إلى ٦٢٪.

وقد يرجع ذلك لطبيعة دراسة كل قسم، والاتجاه السائد لميول الفتيات ذواتهن.

٤- تشكل الفرقة الرابعة ٢٣٪ من إجمالي طلبة الكلية، وتحتل فيه الطالبات ٧١٪ من المقاعد، في حين تبلغ نسبة الذكور ٢٩٪. ويبلغ توزيع الطالبات النسبي في الأقسام النسب التالية:

٨٢٪ طالبات في قسم الإذاعة.

٦٨,٧٪ طالبات في قسم العلاقات العامة.

٥٩٪ طالبات في قسم الصحافة.

ويلاحظ أن قسم الإذاعة يستأثر بأكبر نسبة من عدد الطالبات ٨٢٪ بينما تقل في قسم الصحافة فتصل إلى ٥٩٪. ويعزى هذا في الأساس إلى تطلع الفتيات إلى العمل في الإعلام المرئي والمسموع حيث البريق والشهرة والجهد القليل فيما يستلزم العمل بالصحافة توفر شروطاً أخرى مثل: المثابرة، وموهبة الكتابة، والقدرة على التأثير من خلال الكلمة المكتوبة.

ولكن يلاحظ بصفة عامة تفوق نسبة أعداد الطالبات إلى الطلبة في جميع السنوات الدراسية مما يبرز غلبة العنصر النسائي على الدارسين بكلية الإعلام.

جدول رقم (٣)

بيان بالتوزيع النوعي (ذكر/أنثى) للموظفين في كلية الإعلام

	الموظفين	الموظفات	المجموع
العدد	٨٩	٨٦	١٧٥
النسبة	٥٠.٩	٤٩.١	١٠٠٪

المصدر : سجلات كلية الإعلام ٢٠٠٠

يلاحظ تقارب النسبة النوعية بين النساء والرجال العاملين في كلية الإعلام إذ يبلغ ٥٠.٩٪ بالنسبة للرجال فيما تصل إلى ٤٩.١٪ بالنسبة للنساء.

استخلاصات أولية

في ضوء المقارنة بين البيانات الإحصائية التي تم رصدها عن حجم المشاركة النسائية في كل من المؤسسات الصحفية والإعلام المرئي والمسموع يمكن استخلاص الملاحظات التالية :

أولًا : تفوق المشاركة النسائية فى مؤسسات الإعلام المرئي والمسموع عن المؤسسات الصحفية سواء في النسبة الإجمالية أو المواقع القيادية ، إذ يبلغ إجمالي نسبة المشاركة النسائية في الإعلام المرئي والمسموع ٥ , ٣٥٪ فيما لا تزيد في الصحافة عن ١ , ٢٨٪ رغم أن المشاركة النسائية في الصحافة بدأت منذ نهاية القرن التاسع عشر (١٨٩٢) ولم تبدأ في الإعلام المسموع إلا في الخمسينيات وفى الإعلام المرئي في الستينيات ، كذلك لوحظ أن نسبة المشاركة النسائية في مواقع الرئاسة تصل إلى ٩ , ٥٠٪ وتبلغ هذه النسبة ٩ , ٥٢٪ في الإذاعة وتنخفض قليلا في التليفزيون إذ تبلغ ٤ , ٤٧٪ وتنخفض أكثر في الإعلام الفضائي إذ تبلغ ٢ , ٤٢٪ ويمكن إرجاع ذلك إلى اتساع سوق العمل في قطاع الإعلام المرئي

والمسموع فيما تنكمش فرصة العمل الصحفي أمام المرأة خصوصًا في ظل القيود المفروضة على حرية إصدار الصحف .

ثانيًا : وغم التفوق الملحوظ في حجم المشاركة النسائية في الإعلام المرئي والمسموع على الصحافة إلا أن الخطاب الإعلامي عمومًا والموجه للمرأة على وجه الخصوص لا يزال منحاز طبقيًا ومهنيًا وديموجرافيًا ومنحاز نوعيًا للذكور سواء في الصحافة آو الإعلام المرئي والمسموع مما يؤكد عليه الثقافة الذكورية من ناحية والتأثير المتجذر للموروثات التاريخية التي تكرس فكرة النقص الأنثوي من ناحية أخرى على السياسات الإعلامية الأمر الذي يستلزم بذل المزيد من الجهد من أجل تعديل السياسات الإعلامية السائدة بصورة تضمن تفعيل الرؤية الديمقراطية بمعناها الشامل وبما يكفل تلبية الاحتياجات الاتصالية لجميع الشرائح الاجتماعية من النسا، والرجال .

ثالثًا : تشير الإحصاءات إلى ضخامة المشاركة النسائية في مواقع صنع القرار في الإعلام المرئي والمسموع إذ تبلغ النسبة ٥٠.٩٪ وتصل إلى ٥٢,٣٪ في أمانة اتحاد الإذاعة والتليفزيون ورغم ذلك يلاحظ أن ٦٠٪ من البرامج الموجهة للمرأة لا تزال تدور حول الاهتمامات والأدوار التقليدية للمرأة داخل المنزل كأم وزوجة وابنة وتتأرجح إلى ٤٠٪ الباقية من البرامج بين الجوانب التقليدية والتركيز على الأنشطة الاحتفالية لنجوم العواصم من الفنانات ونساء الطبقات العليا الميسورة وتتجاهل إلى حد كبير مشاكل وهموم الكادحات من الموظفات والمهنيات والمبدعات علاوة على إغفال نساء الريف بإنجازاتهن وهمومهن.

هذا وتشير الشهادات الواقعية للعديد من القيادات النسائية الإعلامية إلى أن السياسة الإعلامية تعتمد على مركزية التخطيط ولامركزية التنفيذ وأن معايير الاختيار لمن يشغلون المواقع القيادية لا تعتمد على عنصري الكفاءة والجدية بل تعتمد في الأغلب على معايير المصالح والتقديرات الشخصية وأن دور القيادات الإعلامية النسائية ينحصر في تنفيذ السياسات الإعلامية دون أدنى مشاركة

حقيقية في وضع أو تعديل هذه السياسات أو محاولة تطويرها وهذا يعود بنا إلى تأكيد ما أثبتته الدراسات العلمية عن سطوة الفكر الذكوري الذي تتبناه القيادات الإعلامية من النساء والرجال معًا والذي ينعكس بصورة سلبية على السياسات والممارسات الإعلامية ، ولاشك أن هذه النتائج بقدر ما تثير القلق إلا أنها تدعونا إلى بذل جهد متواصل وجاد من أجل تغيير هذه السياسات الإعلامية من خلال ما يلي :

١ - إعادة تأهيل وتثقيف الكوادر الإعلامية النسائية والذكورية .

٢ - الترويج لثقافة العدالة والإنصاف النوعي بين كل من الإعلاميين والإعلاميات .

٣- ضرورة سن وتطبيق المزيد من التشريعات والقوانين التي تكفل سد الفجوة النوعية في المعالجات الإعلامية بمراعاة إدخال عنصر النوع الاجتماعي وإدراج رؤية المرأة في كافة القضايا والموضوعات التي تناولها الإعلام المقروء والمرئي والمسموع .

٤ - ضرورة التنسيق بين كل من القطاع الأكاديمي من ناحية والمؤسسات الصحفية والإعلام المرئي والمسموع من ناحية أخرى بما يحقق تكامل مخرجات العملية التعليمية في الإعلام مع متطلبات سوق العمل الإعلامي وما يتطلبه ذلك من مهارات فنية عالية وثقافية موسوعية وقدرة علمية على إنتاج خطاب إعلامي بديل .

رابعًا : كشفت العديد من الدراسات التي أجريت عن المرأة والإعلام عن أن قصور وتخلف الخطاب الإعلامي الموجه إلى المرأة لا يرجع إلى تخلف السياسات الإعلامية وانعزالها عن حركة المجتمع (خصوصًا الكادحين والمهمشين من النساء والرجال معًا) بل يعود أيضًا إلى افتقار الإعلاميات المصريات إلى الثقافة المجتمعية وعلى الأخص ما يتعلق بالقضايا والتحديات التي تواجه المرأة المصرية في الريف والحضر الأمر الذي يستلزم ضرورة إعادة

النظر في مضامين الخطاب الإعلامي عن المرأة وأساليب إنتاجه ونشره وبثه عبر الصحف والإذاعة والتليفزيون .

وهناك ما يشبه الإجماع بين الأكاديميين المهتمين بقضايا المرأة وبين الإعلاميات أنفسهن على أهمية عدم حصر قضايا المرأة في صفحات أو برامج متخصصة فحسب ، بل لابد أن تتخلل كافة الموضوعات التي تتناول قضايا السياسة والاقتصاد والفن والرياضة والثقافة والدين والى جانب تحقيق التوازن النوعي في المعالجات الإعلامية تبرز أيضًا الحاجة إلى ضرورة إعمال النظرة المنصفة لأدوار المرأة ومسؤولياتها خارج المنزل إلى جانب مسؤولياتها الأسرية وأعبائها المنزلية المعفى منها الرجل فإذا كان الإعلام المصري مقروءًا ومرئيًا ومسموعًا يسلط الضوء طول الوقت على صورة المرأة كزوجة وأم وأخت فقد حان الأوان كي يمنح الإعلام اهتمامًا مماثلا للأدوار الأخرى للمرأة خارج المنزل فيسلط الضوء أيضًا على التحديات الحياتية والمهنية التي تحاصر المرأة وتحول دون إطلاق قدراتها الإبداعية ومشاركتها الكاملة في النهوض بمجتمعها جنبًا إلى جنب مع الرجال، وكذلك تبرز الحاجة إلى ضرورة تحقيق العدالة الطبقية والديموجرافية في معالجة قضايا المرأة وتخصيص حملات إعلامية لمحو أمية المرأة التي تصل في بعض مناطق الصعيد إلى ٩٠٪ والاقتراب بشجاعة من قوانين الأحوال الشخصية والدعوة إلى تعديلها بصورة تنصف المرأة وتحقق لها كل أهليتها كمواطنة.

المصادر والمراجع

اعتمدت الدراسة على عدة مصادر ومراجع نذكر أهمها على النحو التالي:

١- شريف حتاته ، المرأة والعولمة وتقسيم العمل الدولي - ندوة التطورات والتحولات المجتمعية في الوطن العربي، مركز البحوث العربية ، القاهرة ، مارس ١٩٩٧.

٢- أمينة شفيق ، تأثير الحقبة النفطية على أوضاع المرأة العربية ، منظمة التضامن الأفروأسيوى ، القاهرة ١٩٩٨.

٣- عواطف عبد الرحمن ، صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام في كتاب دراسات في الصحافة العربية المعاصرة ، دار الفارابي، بيروت ، ١٩٨٩.

٤- خطة العمل العربية للنهوض بالمرأة حتى عام ٢٠٠٥، الاجتماع العربي الإقليمي التحضيري لمؤتمر بكين ، عمان ، الأردن ، نوفمبر ١٩٩٤ .

٥- جيهان إلهامي، الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمي للمرأة (١٩٧٥ - ١٩٨٥) رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٩ .

٦- علية السيسي، مجلة حواء، دراسة نظرية وتحليلية ١٩٥٧ - ١٩٧٠ رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٥ .

٧- محمد طلال ، صورة المرأة في الإعلام العربي، لجنة المرأة العربية ، جدول أعمال الدورتين ١٠ ، ١١ ، جامعة الدول العربية ، عمان ، ١٩٨٤ .

٨- ناهد رمزي، المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاتصال وتغيير الوضع الاجتماعي للمرأة في المجتمع العربي، مجلة شئون عربية ، سبتمبر ١٩٨٣ .

٩- ماجي الحلواني، برامج المرأة في الراديو المصري، مجلة الفن الإذاعي، العددان ١٠٣ ، ١٠٤ ، أكتوبر ١٩٨٤- يناير ١٩٨٥ .

١٠- عاطف العبد وعدلي رضا، برامج المرأة في الراديو والتليفزيون ، د. ت .

١١ منى الحديدي ، دراسة تحليلية لصورة المرأة في الفيلم المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٧

١٢- سلوى العوادلي، تأثير الإعلان التليفزيوني على السلوك الشرائي للمرأة المصرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ١٩٩٥.

١٣- عصام فرج ، صورة المرأة في إعلانات التليفزيون المصري عام ١٩٨٥، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٨.

١٤- آمال الغزاوي، الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في التليفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٩.

١٥- عادل صادق ، دور الصحافة النسائية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو القضايا النسائية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ١٩٩٩.

١٦- نائلة عمارة ، دور التليفزيون في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة الريفية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٣

١٧- ليلى حسين ، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الالكترونية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٣.

١٨- وليد فتح الله ، دور الراديو في معالجة القضايا والمشكلات السلوكية في المجتمع المصري، دراسة على عينه من برامج المرأة ١٩٨٤، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٨٦.

١٩- المجلس القومي للمرأة ، المرأة في مصر، التقرير الأول ٢٠٠١ الفصل الثامن (مواقع المرأة في المؤسسات الإعلامية) القاهرة ، فبراير ٢٠٠١.

٢٠- عواطف عبد الرحمن وآخرون ، الإعلام والمرأة المصرية في الريف والحضر، دار العربي، القاهرة ١٩٩٩ .

٢١-كارولين موزر (ترجمة د . أحمد القصير) التخطيط للجندر والتنمية ، مركز البحوث النسوية ، صنعاء، اليمن ، ١٩٩٩ .

٢٢-نجوى كامل ، الاتجاهات الحديثة في دراسات الصحافة النسائية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٩٨ .

23- Zoonen, Lisbet Van: Feminist Media Studies, Sage, London 1994.

24- Kate Davies – Julienne Dickey, Tresa Stratford (eds): out of Focus, Writings on Women and the Media, Women's Press. London, 1987.

25- Kumari Jay awardena, Feminism and nationalism in the Third World. 2ed. London. 1986.

26- Pamela J. Creedon: Women in Mass Communication – Challenging gender values. Sage – London – 1989.

27- Michele Mattelart: Women Media Crisis – Femininity and disorder Comedia Series 33- London 1989.

28- S. Shami and Others: Women in the Arab Society. Berg, UNESCO. 1990.

29- Marian Meyers: Mediated Women. Hampton Press- New Jersy- 1999.

٣٠- سعاد جوزيف ، المرأة بين العولمة والوطنية ، مجلة رؤى مغايرة (عدد خاص) مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان ، العدد الثامن ، ١٩٩٨ .

٣١- بث بارون (ترجمة لميس النقاش): النهضة النسائية في مصر، الثقافة والمجتمع والصحافة ، المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ١٩٩٩ .

٣٢-عواطف عبد الرحمن ، الصحافة وقضايا المرأة العربية في عصر العولمة في كتاب (الصحافة وقضايا الوطن العربي في نهاية قرن)، دار العربي، القاهرة ٢٠٠١.

٣٣- إجلال خليفة، تاريخ الصحافة النسائية في مصر ، دار النهضة، القاهرة، ١٩٧٢.

الصحافة المصرية وقضايا المرأة

بالتطبيق على المؤتمر الدولي للسكان ومؤتمر المرأة

أ.د. نجوى كامل

أستاذ الصحافة بكلية الإعلام

جامعة القاهرة

مقدمة:

تشكل المرأة وقضاياها أبرز مجالات الاهتمام الدولي، يبرز ذلك واضحًا في الأنشطة المتعددة التي أنجزتها الأمم المتحدة لمعالجة ومناقشة أوضاع المرأة ومشكلاتها المختلفة التي تعوق تقدمها وإسهامها في المشاركة في تطوير وتنمية مجتمعاتها.

وقد بدأت هذه الأنشطة بإعلان الجمعية العامة للأمم المتحدة عام ١٩٧٥ سنة دولية للمرأة ، وفى العام نفسه انعقد المؤتمر الأول للمرأة في المكسيك والذي كان بمثابة بداية وضع قضايا المرأة على أجندة اهتمامات الأمم المتحدة ، وبالتالي بروز الاهتمام بتلك القضايا على كافة المستويات الإقليمية والمحلية . وعضد من ذلك إعلان الأمم المتحدة عقد المرأة في الفترة من ١٩٧٦ وحتى ١٩٨٥ ، والذي هدف في الأساس إلى دراسة مركز المرأة وحقوقها وإشراكها في عملية صنع القرار على جميع المستويات ، وفى عام ١٩٧٩ اعتمدت الجمعية العامة اتفاقية القضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة والتي بدأ سريانها في عام ١٩٨١ ، والتي أكدت على مبدأ المساواة بين الرجل والمرأة في التمتع بحقوق الإنسان والحريات الأساسية في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية والمدنية ، وقد صدقت مصر على هذه الاتفاقية بموجب القرار الجمهوري رقم ٤٣٤ لسنة ١٩٨٤ مما أعطاها قوة القانون وتحفظت مصر على أربع مواد رأت أنها تخالف الشريعة الإسلامية[١].

وفى عام ١٩٨٠ عقد المؤتمر الثاني للمرأة في كوبنهاجن والذي طالب بإدماج المرأة في الحياة وإلغاء كافة أشكال التميز ضدها . وبعد خمس سنوات عقد مؤتمر المرأة الثالث في نيروبي، وذلك في عام ١٩٨٥ ، وقد اعتمد المؤتمر إستراتيجيات نيروبي المتطلعة إلى النهوض بالمرأة على أن يتم تنفيذها بحلول عام ٢٠٠٠ . وفى سبتمبر من عام ١٩٩٥ عقد المؤتمر العالمي الرابع للمرأة في بكين عاصمة الصين ، وكان من أبرز الشعارات التي رفعها : تضمين رؤية المرأة في رسم مختلف السياسات والنفاذ بالمرأة إلى مراكز صنع القرار.

و على الرغم من تعدد المؤتمرات التي نظمتها الأمم المتحدة لمناقشة أوضاع المرأة، إلا أن المرأة وقضاياها لم تغب عن كافة المؤتمرات التي شهدتها السنوات الخمس الأولى في التسعينيات وحتى انعقاد مؤتمر بكين عام ١٩٩٥ ومنها مؤتمر قمة الطفل الذي عقد في نيويورك عام ١٩٩٠ ، ومؤتمر قمة الأرض في "ريو دى جانيرو" عام ١٩٩٢ والذي أكد على ضرورة وجود المرأة في كافة الأنشطة البيئية خاصة ما يتعلق منها بالتنفيذ .

ثم كان المؤتمر العالمي لحقوق الإنسان الذي انعقد في "فيينا" عام ١٩٩٣ ، والذي أكد على أن حقوق المرأة هي جزء من حقوق الإنسان ، كما تصدرت قضية العنف الموجه ضد النساء اهتماماته . أما المؤتمر العالمي للسكان والتنمية الذي عقد في القاهرة فقد أكد على شعار (تمكين المرأة)[٢] فضلا عن اهتمامه البالغ بكل ما يتعلق بالصحة الإنجابية للمرأة ، كما ركز مؤتمر التنمية الاجتماعية في "كوبنهاجن" عام ١٩٩٥ على دور المرأة في التنمية .

والسمة الغالبة لكافة هذه المؤتمرات هي التأكيد على المساواة بين الرجل والمرأة ومنع أشكال التمييز ضدها ومشاركتها بفاعلية في تنمية مجتمعها .. مما كان يصل صداه إلى مختلف دول العالم ، وبدأت العديد من الحكومات في سن التشريعات التي تحقق وتعزز المساواة بين المرأة والرجل ، وإنشاء آليات وطنية تكفل استيعاب المنظورات المتعلقة بالمساواة بين الجنسين في شتى قطاعات المجتمع[٣] . إلا أن الواقع الذي تعيشه المرأة مازال يفرض عليها كثيرًا من المعوقات التي تحد من أدوارها، وان

اختلفت طبيعة هذه المعوقات وحجمها بين الدول الغنية والدول الفقيرة أو بين دول الشمال ودول الجنوب وهو ما وعته تمامًا كافة المؤتمرات المعنية بالمرأة، حيث برز أخيرًا، خاصة في مؤتمر "بكين" (١٩٩٥) الاهتمام بالمرأة الريفية والمرأة الفقيرة والنساء اللاتي يعشن في ظروف صعبة، والنظر بعين الاعتبار إلى الفئات الأضعف من بين النساء وقد شاركت مصر مشاركة فعالة في معظم هذه المؤتمرات، سواء من خلال الوفد الرسمي أو من خلال المنظمات غير الحكومية المعنية بقضايا المرأة والتي تواكب بروزها على الساحة المصرية انعقاد مؤتمر السكان والتنمية في القاهرة عام، ١٩٩٤ وقد فرضت هذه المؤتمرات، خاصة مؤتمر السكان ومؤتمر "بكين" (١٩٩٥) اهتمامًا واسعًا من جانب الصحافة المصرية وذلك لعدة أسباب، منها الهجوم الذي شنه بعض الأفراد والمؤسسات على هذه المؤتمرات وعلى رأسها الأزهر بحجة أن بعض الموضوعات التي تم مناقشتها تتعارض مع الخصوصيات الثقافية والقيم الدينية للشعب المصري.

وأصبحت الصحافة هي الحلبة التي يمارس فيها المعارضون والمؤيدون الصراع.. كما يرجع اهتمام الصحافة المصرية بتغطية تلك المؤتمرات إلى الوجود المصري المكثف بها على الصعيدين الرسمي والأهلي مما كان يحتم المتابعة المكثفة لهما، خاصة وأن مؤتمر السكان عقد في القاهرة وكان انعقاده في ذلك الوقت مثار اهتمام القيادة السياسية باعتباره يمثل صورة مشرفة لمصر وإمكانياتها في استضافة مؤتمر على هذا النحو العالمي، كما أنه يعنى بصورة أخرى أن مصر قد نجحت في القضاء على الإرهاب وأنها قادرة على توفير الأمن لكل من يطأ أرضها . وهو ما يعزز قدرات النظام المصري على المستوى العالمي ويعالج الانهيار الذي حدث في السياحة من جراء العمليات الإرهابية .

أما مؤتمر بكين فقد تشكل وفد مصر الرسمي على أعلى مستوى، حيث رأسته قرينة رئيس الجمهورية وألقت كلمة مصر فيه، مما استلزم بالضرورة المتابعة الصحفية لأنشطة وتحركات الوفد الرسمي، خاصة في الصحف القومية، يضاف إلى ذلك أن قضايا المرأة (والتي شغلت جانبًا مهما من اهتمامات مؤتمر السكان ومحورا أساسيا

لمؤتمر بكين) تعد من أكثر القضايا الخلافية في الفكر الإنساني، وذلك لارتباط المرأة بمفهوم (المقدس)[٤] واعتبارها رمزًا بارزًا للخصوصية الثقافية ، خاصة في الفكر الشرقي بصفة عامة والفكر الإسلامي على وجه الخصوص ، ومن ثم فإن أي تغيير في وضعية المرأة ودورها في المجتمع ينظر إليه باعتباره ماسا بالهوية القومية وسبيلا لمناهضة الموروثات الثقافية .

والتغطية الصحفية لتلك القضايا ذات الطابع الجدلي تشد القارئ لما تحمله من إثارة وتضارب في وجهات النظر وتجعله أكثر اهتمامًا بمتابعة مثل هذه الموضوعات مما يؤدى إلى مزيد من الاهتمام الصحفي بها ولعل ذلك يبرر بروز التغطية الصحفية لمؤتمر "بكين" وذلك بالمقارنة مثلا بمؤتمر التنمية الاجتماعية الذي عقد في العام نفسه أو بمؤتمر حقوق الإنسان عام ١٩٩٣ .

الدراسات السابقة :

أولا- الدراسات العربية :

من خلال إجراء دراسة مسحية للبحوث والدراسات العربية التي تعرضت للإعلام والمرأة أمكن تقسيمها إلى أربعة محاور:

المحور الأول : ويتعرض للدراسات التي أجريت على الصحافة النسائية سواء أكانت مجلات متخصصة في شؤون المرأة ة أم صفحات في الصحف العامة ومنها (*):

(*) عليه السيسي، مجلة حواء: دراسة نظرية وتحليلية من عام ١٩٥٧ وحتى عام ١٩٧٠ ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٥ . - عواطف عبد الرحمن: صفحة المرأة في الصحافة المصرية (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٨١).

- إسماعيل عبد الرحمن : صحافة المرأة والأسرة في الوطن العربي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الزقازيق ، ١٩٩٥ .
- أميرة العباسي ، تأثير الإعلانات على الإعلام النسائي (مصر) في ورشة عمل تقنيات إدارة وسائل الإعلام اليونسكو، المغرب ١٨- ٣٠ أبريل ١٩٩٤.

١ - دراسة عليه السيسي عن مجلة حواء.

٢-عواطف عبد الرحمن عن صفعة المرأة في الصحافة المصرية .

٣- دراسة إسماعيل عبد الرحمن عن صفحة المرأة والأسرة في الوطن العربي.

٤ - دراسة أميرة العباسي عن تأثير الإعلانات على الإعلام النسائي.

وقد توصلت تلك الدراسات إلى أن الصحافة النسائية تركز في الأساس على المضامين التي تتعامل مع المرأة كأنثى ثم كزوجة وأم ، ومن ثم تركز على الموضوعات المرتبطة بالاهتمامات التقليدية للمرأة مثل : التجميل والطهو والأزياء، كما أنها تخاطب في الأساس المرأة الحضرية ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط والمرتفع ، وأن هناك إهمالاً للموضوعات التي تساهم في تنمية المرأة واستثارة قدراتها للمشاركة الايجابية في قضايا مجتمعاتها، كما أن الإعلانات وطريقة تقديمها واستخدام المرأة فيها يؤكد على الصورة النمطية للمرأة كأنثى فقط .

المحور الثاني : ويتناول الدراسات التي تعرضت لصورة المرأة في الصحافة العامة و المتخصصة ومنها [*]:

(*) فوزية العطية ، صورة المرأة في المجلات النسائية العربية ، سلسلة دراسات عن المرأة العربية في التنمية (١١) بغداد، ١٩٨٥.

- محمد طلال : صورة المرأة في الإعلام العربي ، بحث غير منشور، لجنة المرأة العربية.

- معمد طلال : صورة المرأة في الإعلام العربي ، بحث غير منشور، لجنة المرأة العربية (تونس : جامعة الدول العربية ، ١٩٨٦).

- عواطف عبد الرحمن ، صورة المرأة في الصحف والمجلات العربية : دراسة حالة مصر، ندوة الخبراء حول صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام (بغداد :١٩٨٢).

- ناهد رمزي، صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام دراسة في تحليل المضمون للصحافة الاجتماعية والجنائية ، ١٩٧٧).

١ - دراسة فوزية العطية عن صورة المرأة في المجلات النسائية .

٢- دراسة محمد طلال عن صورة المرأة في الإعلام العربي.

٣- دراسة عواطف عبد الرحمن عن صوره المرأة في الصحف والمجلات العربية .

٤ . دراسة ناهد رمزي عن صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام.

وقد توصلت تلك الدراسات إلى أن صورة المرأة في الصحافة تتسم في الأغلب بالتقليدية والتركيز على أدوارها كأنثى وزوجة وأم ضمن علاقات غير متكافئة مع التحيز لنساء المدن على حساب نساء الريف ، والترويج لصورة المرأة كأنثى جميله أنيقة على حساب الصورة الأخرى للمرأة كمنتجة ومشاركة في التنمية وفي صنع القرار السياسي.

المحور الثالث : ويتعرض للدراسات التي عنيت ببحث مواقف واتجاهات الصحافة تجاه المرأة ومن بينها(*).

(*) عواطف عبد الرحمن وآخرون ، وسائل الإعلام المصرية وقضايا المرأة في الريف المصري، التقرير الإعلام (كلية الإعلام: جامعة القاهرة ، ١٩٩٤)

- فاتن الطنبارى، موقف الصحافة تجاه قضايا المرأة دراسة تحليلية لمضمون الصحف الثلاث: الأهرام ، الأخبار، الجمهورية منذ عام ١٩٧٥ حتى عام ١٩٧٩ ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام : جامعة القاهرة ١٩٨٦ .
- ليلى عبد المجيد، موقع المرأة العربية على خريطة السياسات الإعلامية، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٦٠ - يوليو - سبتمبر ١٩٩٠ .
- ليلى عبد المجيد ، دور وسائل الاتصال الجماهيري العربية في إدماج المرأة في التنمية ، في مؤتمر المرأة والتنمية ، جامعة الأزهر ، أبريل ١٩٩٢ .
- عواطف عبد الرحمن ، الصحافة ودور المرأة في التنمية في الستينيات والسبعينيات ، بحث مقدم للندوة الدولية عن المرأة الريفية والتنمية ١٩٨٠ .
- محيى الدين عبد الحليم ، مكانة المرأة في الإعلام الإسلامي في مؤتمر المرأة والتنمية ، جامعة الأزهر، ابريل ١٩٩٢ .
- نجوى كامل ، دور وسائل الإعلام في تُنمية المرأة المصرية ، في مؤتمر المجلس الإفريقي التعليم الإعلامي، أكرا - غانا ، ١٩٩٤ .

١ - دراسة : عواطف عبد الرحمن وآخرون عن المرأة وتأثيرها على قضايا التنمية في الريف المصري.

٢- دراسة فاتن الطنباوى عن موقف الصحافة تجاه قضايا المرأة .

٣- دواسة ليلى عبد المجيد عن موقع المرأة العربية على خريطة السياسات

٤ - دراسة ليلى عبد المجيد عن دور وسائل الاتصال في إدماج المرأة في التنمية.

٥- دراسة عواطف عبد الرحمن عن الصحافة ودور المرأة في التنمية في الستينيات والسبعينيات.

٦- دراسة محيى الدين عبد الحليم عن مكانة المرأة في الإعلام الإسلامي.

٧- دراسة نجوى كامل عن دور وسائل الإعلام في تنمية المرأة .

وتوصلت تلك الدراسات إلى عدة نتائج : منها أن القضايا المتعلقة بالمرأة والأسرة كانت أكثر القضايا التي عالجتها الصحافة اليومية ، ثم قضايا المرأة والتنمية ، كما اهتمت الصحافة إلى حد ما بقضايا الأحوال الشخصية ومشاكل وقوانين المرأة العاملة والنشاط الاجتماعي للمرأة ، في حين غفلت الصحافة عن إبراز العديد من القضايا المهمة للمرأة ، ومنها : التوعية السياسية وحث المرأة على ممارسة حقوقها السياسية وقضية محو أمية النساء، والمساواة بين المرأة والرجل وغيرها . وطالبت بعض هذه الدراسات بأهمية التركيز على دور المرأة في الإنتاج وتنقية ما يشوه صورة المرأة ويسيء إليها وإعداد سياسات إعلامية وطنية تأخذ على عاتقها السعي إلى تغيير نظرة المجتمع إلى المرأة.

المحور الرابع : ويتضمن دراسة واحدة بحثت في تأثير العقد العالمي للمرأة على معالجات الصحافة المصرية لقضايا المرأة العربية (*) .

(*) جيهان إلهامي: الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمي للمرأة (١٩٧٥-١٩٨٥)، رسالة ماجستير، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٩ .

وتنبع أهمية هذه الدراسة من ارتباطها إلى درجة كبيرة بموضوع البحث الذي نجريه . وأخضعت الباحثة لتحليلها صحف الأهرام وآخر ساعة ومجلة حواء، واتضح متن التحليل أن الصحف المدروسة قد تناولت قصية المساواة بين الرجل والمرأة في إطار التأكيد على أن ظاهرة عدم المساواة ليست ظاهرة محلية بل تعانى منها المرأة في الدول النامية والمتقدمة على السواء، كما أبرزت الدراسة اهتمام الصحف بمسألة تقييد تعدد الزوجات وتعميم فكرة الطلاق أمام القاضي مع توفير مسكن للمطلقة ، وطالبت الدراسة بتقليص التركيز على الاهتمامات التقليدية للمرأة وتوزيع الاهتمام بين الشرائح النسائية المختلفة.

الدراسات الأجنبية (باللغة الانجليزية(*)

١- دراسة بتلر وبيسلي عن المرأة ووسائل الإعلام.

توصل الباحثان إلى أن مضمون وسائل الإعلام الموجهة إلى المرأة يتحدد من خلال القيم والمعايير الاجتماعية ، وأكد الباحثان أن صورة المرأة ذات الاهتمامات العامة قد أخذت تفسح مكانها على حساب الصورة التقليدية للمرأة والتي يغلب عليها التركيز على الدور الثانوي للمرأة .

٢- دراسة وانشيب عن مجلات الأسرة في بريطانيا.

ومن خلال هذه الدراسة التحليلية توصل الباحث إلى أن المجلات النسائية عليها الاهتمامات التقليدية كالديكور والتجميل وغيرها . كما أن هذه

(*) Buler, Matilda and Paisely, William, Women and Mass Media (Human science press, London, 1987)
Winship, Janis: Inside Women's Magazine (New fetter lance, London, 1987). Hancok, Alan: Mass Communication (Ion'gman,London,1989). Okunna,chiyere Stella, Sources of Development information among rural Women in Nigeria:A Cass study, African Media Review, Vol.,6, 3, 1992 .Leslie, Molara o'guindipi "The image of women and the Role of the Media in a New political culture in Nigeria"African Media Review,Vol.,4,1,1990 .Joshi,S.R and Joshi, Hansa, Women and Television: ISRO Experience Development and Education, Communication Unit, (New Delhi: India).

المجلات قد اهتمت في الوقت نفسه ببعض الموضوعات مثل قضايا المرأة العاملة والمساواة بين الرجل والمرأة .

٣- دراسة هانكوك عن المجلات النسائية في الدول الغربية.

وتوصل الباحث إلى أن اهتمام المجلات الأوروبية يتركز على أدوار المرأة التقليدية ، وتبتعد عن مناول مشاكلها الحقيقية.

٤-دراسة اوكانا عن مصادر المعلومات التنموية بين النساء الريفيات في نيجيريا.

وكشفت الدراسة أن الراديو يمثل المصدر الأساسي للمعلومات . كما أكدت الدراسة على دور وسائل الاتصال الشخصي الممثل في الأهل والأصدقاء ورجال الدين كمصادر للمعلومات التنموية .

٥ - دراسة مولاوا ليسلي عن صوره المرأة ودور وسائل الأعلام في الثقافة السياسية في نيجيريا .

وقد توصلت إلى أن وسائل الإعلام تؤكد على الصورة النمطية للمرأة وعلى الضغوط الواقعة عليها . كما أثبت الباحث تجاهل وجود المرأة في وسائل الإعلام وأن ما تفكر فيه أو تقوله لا يؤخذ في الاعتبار، وتوصل إلى أن القائمات بالاتصال يساهمن في ذلك ، حيث أن ٦٠٪ من المقالات والبرامج التي تعدها النساء عن الحب والزواج .

٦- دراسة جوشى عن المرأة والتليفزيون في الهند .

والتي عرضت لواقع القائمات بالاتصال في التليفزيون الهندي، حيث ذكرت أن ٢٦٪ من العاملين في التليفزيون من النساء، إلا أن من يشغل مناصب قيادية منهن ليس إلا عددا قليلا. كما بينت الدراسة أن غالبية زملائهن من الرجال يعتقدون أن المرأة غير قادرة على الاستقلالية وسرعة اتخاذ القرار. وبينت الدراسة أيضًا أن نقص تدريب المرأة يمثل أحد أهم أسباب انخفاض نسبة تواجد النساء في الوظائف الإدارية .

وان كانت الدراسات الأجنبية التي يمثل بعضها دول الشمال والبعض الآخر دول الجنوب قد قدمت بعض المؤشرات عن علاقة الإعلام بالمرأة ،

خاصة فيما يتعلق بمضمون الصحافة النسائية ، وعلى الرغم من التطابق بين بعض نتائج الدراسات العربية والدراسات الأجنبية ، إلا أن هذه الدراسات تظل رهنًا بالأوضاع السياسية والاجتماعية والإعلامية للمجتمعات التي أجريت فيها .

مشكلة الدراسة :

كشفت الدراسات السابقة قلة اهتمام الصحافة بالقضايا النسائية التي تسهم في بلورة رأي عام موات ومؤازر للجهود التي تبذل في سبيل دمج المرأة ومشاركتها في التنمية ، حيث تركز وسائل الإعلام بصفة عامة على الصورة النمطية للمرأة كأنثى وزوجة وأم ، والتي تقدم للمتلقي منظومة قيم تكرس فكرة التقسيم التقليدي للأدوار أو دونية المرأة وتهميشها ... ساعد على ذلك أن الصحافة لا تحفل بمناقشة المشكلات الفعلية التي تعاني منها غالبية النساء المصريات.

فعلى الرغم مما حققته المرأة المصرية من مكاسب اقتصادية واجتماعية وسياسية ،.. إلا أن ذلك ما زال مقصورًا على فئة معينة من النساء اللاتي توافرت لهن ظروف اجتماعية ومادية جعلتهن قادرات على التمتع وممارسة تلك المكاسب، في حين أن النسبة الكبرى من النساء، خاصة في المناطق الشعبية في المدن والمرأة في الريف ، لا تجد أدنى عناية من الصحافة في عرض المشكلات التي تواجه المرأة المصرية ، ولعل من أهمها الأمية التي وصلت بين النساء إلى ما يزيد عن ٨٠٪ في بعض القرى، والفقر والعوز الذي تعانى منه المرأة من جرائه بصورة أكبر من الرجل بسبب جمود الأدوار المفروضة عليها وقلة فرص التعليم ونقص الموارد والبطالة .

كما يشهد الواقع تزايد عدد الأسر التي تعولها النساء. كما أن سياسة التكييف الهيكلي تبدو أكثر تأثيرًا على المرأة ، ويأخذ هذا التأثير عدة أبعاد منها البطالة ، حيث يفضل أصحاب الأعمال في القطاع الخاص توظيف الرجال . كما يترتب على إلغاء دعم الحكومة للسلع والخدمات تدهور مستوى المعيشة

لدى الأسر المتوسطة والفقيرة ، خاصة في الاستهلاك الغذائي، وتكون المرأة دائما هي أقل من يتناول طعامًا في الأسر الفقيرة ، مما يصيبها بعديد من الأمراض، خاصة مع الأعباء العديدة الملقاة عليها .

وهكذا نجد أن الصحافة في مصر تهمل التعرض لتلك القضايا التي تؤثر على واقع المرأة كما أنها تؤثر السلامة وتبتعد عن القضايا الشائكة ذات الطابع الجدلي، خاصة ما يتعلق منها بالأحوال الشخصية وبعض القوانين التي تكرس عدم المساواة بين المرأة والرجل ، خاصة قانون الجنسية وقضايا مثل : الختان والإجهاض وغيرها ، ومن ثم فإن عقد المؤتمرات الدولية المعنية بالمرأة يوفر قدرًا كبيرًا من العناية والمتابعة الصحفية لقضايا قلما تهتم بها صحافتنا .. كما أن هذه المؤتمرات تستدعي العديد من الأنشطة الرسمية والأهلية خاصة في فترة الإعداد لها، مما يتردد صداه في الصحافة المصرية (قومية وحزبية) وتبدأ كل صحيفة بتقديم رؤيتها الخاصة من قضايا المرأة في ضوء برنامج العمل المقترح وفقًا لتوجهها الفكري وسياستها التحريرية، مما يؤدي إلى تعدد الطرح والرؤى.

ومن ثم فإن مشكلة الدراسة تتحدد في رصد التغطية الصحفية لقضايا المرأة المثارة في المؤتمر الدولي للسكان المنعقد في القاهرة عام ١٩٩٤ والمؤتمر العالمي للمرأة المنعقد في بكين عام ١٩٩٥ وتأثير السياسة التحريرية للصحف القومية والحزبية على موقف الصحافة واتجاهاتها إزاء هذه القضايا.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى وصف وتحليل وتفسير مواقف الصحافة المصرية (القومية والحزبية) المثارة في مؤتمر السكان ١٩٩٤ ، ومؤتمر المرأة عام ١٩٩٥، كما تهدف إلى رصد تأثير السياسات التحريرية على المضامين الصحفية وفقًا للمرتكزات المرجعية الخاصة بالصحف وتنوع انتماءاتها السياسية والأيديولوجية، وفى ضوء ذلك تهتم هذه الدراسة برصد التصور الخاص بكل صحيفة فيما يتعلق بما أثارته وثيقتا المؤتمرين من قضايا المرأة .

تساؤلات الدراسة :

في ضوء موضوع الدراسة وأهدافها والطبيعة الاستطلاعية لها ، فإنه يمكن طرح مجموعة من التساؤلات والتي تنحصر في الآتي:

١ - ما القضايا الأساسية التي ركزت عليها الصحف المصرية في تغطيتها لمؤتمر السكان ومؤتمر المرأة؟

٢ - لماذا اهتمت الصحف بتلك القضايا؟

٣- كيف أثر التوجه السياسي والأيديولوجي للصحف على التغطية الصحفية لتلك القضايا؟

٤ - ما هي اتجاهات الصحف القومية والحزبية تجاه قضايا المرأة ؟

٥ - إلى أي مدى تأثرت الصحافة المصرية في معالجتها لقضايا المرأة بقائمة أولويات المؤتمرات الدولية.

٦ - ما هي القضايا والمشكلات التي تعانى منها المرأة المصرية وأغفلتها الصحافة في تغطيتها للمؤتمرين؟

٧ - ما البراهين والحجج التي استند إليها المؤيدون والمعارضون لما طرحته وثيقتا المؤتمرين من أفكار وقضايا؟

الإطار المنهجي :

نوع الدراسة :

انطلاقًا من منظور وصفى تحليلي تقوم هذه الدراسة برصد التغطية الصحفية بشأن قضايا المرأة في الصحف المصرية القومية والحزبية ثم مقارنتها في سياق تحليلي للتعرف على محاور الاتفاق والاختلاف في التغطية الصحفية للخروج بصورة كلية عن المرأة في الصحافة المصرية في ضوء ما أثير من قضايا في مؤتمر السكان ومؤتمر المرأة .

مناهج الدراسة :

في إطار السعي إلى تحقيق التكامل المنهجي اعتمدت الدراسة على منهج المسح : بإمكاناته في جمع وتصنيف وتحليل المعلومات والربط بينها للتوصل إلى نتائج تفسير الظاهرة المدروسة : كما اعتمدت على المنهج المقارن للتعرف على

أوجه التباين والتشابه بين وحدات الظاهرة المدروسة وذلك من خلال المقارنة داخل الصحفية الواحدة للتعرف على المواقف والآراء المختلفة ، والمقارنة بين الصحف القومية والحزبية ، وأخيرًا بين الصحف الحزبية بعضها البعض .

أدوات الدراسة :

١ - **الوثيقة** : حيث تعد الصحفية وثيقة أساسية لرصد وتحليل مفردات الخطاب الصحافي المعني بقضايا المرأة خلال الفترة المدروسة.

٢ - **مسار البرهنة**: كأحد أدوات تحليل الخطاب لرصد الأمثلة والبراهين التي استعملها الكاتب ليتبنى موقفًا ما أو مهاجمته[٥] ويعتبر مسار البرهنة أداة مهمة للضبط الكمي والكيفي بما تتيحه من كشف للخصائص النوعية لكل دورية في معالجتها للظاهرة المدروسة ، ودون إهمال الشق الكمي المتمثل في تحقيق الانضباط باستخدام الرقم بدلالاته الإحصائية ، مما يتيح إمكانية رصد الأهمية النسبية التي أولتها كل جريدة لقضية ما مقارنة بغيرها، وقد تم استخدامها في استخراج الحجج التي استند إليها لتأكيد صحة الطرح وتعضيد موقفه الفكري ودحض الأطروحات المعارضة .

الإطار الإجرائي:

عينة الصحف : تم اختيار جريدة "الأهرام" ومجلة "روز اليوسف"كصحف ممثلة للصحف القومية وصحف "الشعب"و" الأهالي" و"العربي" والعدد الأسبوعي لصحيفة "الوفد" ممثلة للصحف الحزبية .

عينة المادة الصحفية : اعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالحصر الشامل لكافة المعالجات الصحفية المتعلقة بالمرأة في صحف الدراسة .

نتائج الدراسة

أولاً التغطية الصحفية لقضايا المرأة المثارة في مؤتمر السكان والتنمية

مقدمة : قضايا المرأة المثارة في مؤتمر السكان :

عقد هذا المؤتمر في القاهرة في الفترة من ٥ - ١٣ سبتمبر عام ١٩٩٤، وتم اختيار الرئيس محمد حسنى مبارك رئيسًا للمؤتمر ، وبيتر أولسك وزير الثقافة والتعليم في "استونيا" مقررا له . وقد شارك في المؤتمر ممثلو ١٨٣ دولة .وانتهى المؤتمر إلى برنامج عمل يقع في ١٩ فصلا وصفته السيدة نفيس صادق المدير التنفيذي لصندوق الأمم المتحدة للسكان بأنه ينطلق من واقع العالم الذي نعيش فيه ويبين لنا الطريق إلى عالم أفضل .

وقد تعددت الأفكار والمبادئ التي تضمنتها وثيقة المؤتمر وتختص بمعالجة قضايا المرأة ونلخصها في الآتي:

١ - تعزيز المساواة والإنصاف بين الجنسين وتمكين المرأة والقضاء على كاف أشكال العنف ضد المرأة ، وكفالة قدرة المرأة على التحكم في خصوصيتها، وهو ما يمثل حجر الزاوية في البرامج المتصلة بالسكان والتنمية.

٢- الأسرة هي الوحدة الأساسية في المجتمع ، ويجب الدخول في الزواج بالرضا الحر للأزواج المقبلين عليه ، وينبغي أن يكون الزوج والزوجة شريكين على قدم المساواة .

٣- توجيه اهتمامًا خاص إلى تحسين الحالات الاجتماعية - الاقتصادية للنساء الفقيرات في البلدان المتقدمة والبلدان النامية ، وأنه لما كانت المرأة هي عمومًا أشد الفقراء فقرًا والعنصر الأساسي في الوقت نفسه في عملية التنمية يصبح القضاء على التمييز الاجتماعي والثقافي والاقتصادي ضد المرأة شرطًا أساسيًا للقضاء على الفقر.

٤ - التعليم وسيلة من أهم وسائل تمكين المرأة .

٥ - حث البلدان على إدانة الممارسة المنتظمة للاغتصاب وغيره من ضروب المعاملة اللا إنسانية والمهينة للمرأة كأداة عمدية للحرب والتطهير للأنثى ، واتخاذ الخطوات الرامية إلى كفالة توفير المساعدة التامة لضحايا هذه الاعتداءات من أجل تأهيلهم .

٦- الدعوة إلى بذل جهود خاصة في مجال التعليم والإعلام للتشجيع على معاملة البنات والأولاد على قدم المساواة ، فيما يتعلق بالتغذية والرعاية الصحية والتعليم والنشاط الاجتماعي والاقتصادي والسياسي وحقوق الميراث المنصفة ، وذلك في ضوء اهتمام البرنامج (بالطفلة).

٧- الصحة الإنجابية : وتنطوي على أن يكون الأفراد قادرين على التمتع بحياة جنسية مرضية ومأمونة ، مع التأكيد على أن مبدأ حرية الاختيار المدروس أساس لنجاح برامج تنظيم الأسرة على المدى الطويل .

٨- الدعوة إلى الأمومة السالمة ، وتهدف الوصول إلى الحد الأمثل لصحة الأمهات والمواليد .

٩- ينبغي على الحكومات اتخاذ الخطوات المناسبة لمساعدة النساء على تجنب الإجهاض الأمر الذي ينبغي ألا يكون بأي حال وسيلة من وسائل تنظيم الأسرة ، على أن تقوم بتوفير سبل المعالجة الإنسانية ، وتقديم المشورة إلى النساء اللائي لجأن إلى الإجهاض .

وبالطبع لاقت كثير من هذه الأفكار وغيرها الرفض داخل المجتمع المصري ، خاصة ما يتعلق منها بالإجهاض وداخل أروقة المؤتمر نفسه ، خاصة بين الدول العربية والإسلامية ، وأعربت كل من ليبيا والإمارات العربية المتحدة واليمن والجزائر والكويت وإيران ومصر عن تحفظاتها إزاء جميع المصطلحات الواردة في الوثيقة والتي تتعارض مع الشريعة الإسلامية ، ولاسيما فيما يختص بالميراث والعلاقات الجنسية خارج إطار الزوجية ، مع ملاحظة أنه تم الاتفاق على تفسير جميع التوصيات التي تضمنها برنامج العمل من جانب كل دولة في ضوء معتقداتها الدينية وخلفياتها الثقافية .

التغطية الصحفية لقضايا المؤتمر:

بدأت جريدة الأهرام في تركيز اهتمامها على مؤتمر السكان منذ أواخر أغسطس ١٩٩٤، وذلك قبل عشرة أيام من عقد المؤتمر بالقاهرة. وقد عملت الأهرام على دعم وترويج ما أعلنه كبار المسؤولين التنفيذيين في مصر من أن عقد المؤتمر بالقاهرة هو تقدير مكانة مصر الدولية واعترافًا بتوفر الأمن فيها. كما حرصت الأهرام على نفي وجود ودحض ما تنشره المعارضة، وخاصة جريدة "الشعب"، ومن ثم بدأت الأهرام معالجتها باستضافة الدكتور سعد الدين إبراهيم في حوار عنوانه "الذين يهاجمون المؤتمر لم يقرأوا الوثيقة" وفى العدد نفسه استضافت أحد أساتذة الحضارة والأنثروبولوجي بجامعة لندن، وهو مصري الجنسية ليتحدث عن أهمية المشكلة السكانية والآثار المدمرة لزيادة السكان وارتفاع معدلات الاستهلاك، مما يروج لأهمية المؤتمر على المستوى المحلى.

وفى إطار الاستعداد لعقد المؤتمر، خصصت الأهرام صفحة الرأي سلسلة من المقالات تتناول المؤتمر وقضاياه والأبعاد والمحددات المختلفة للمشكلة السكانية وأسبابها ونتائجها.

ومن منطلق حرص الجريدة على دعم الموقف الرسمي الذي رحب بعقد المؤتمر في القاهرة ووفر مقتضيات النجاح له، جاءت التغطية الخبرية لتؤكد على ذلك فنقلت تصريحات الدكتور مصطفى كمال حلمي عن أن عقد هذا المؤتمر هو تقدير من المجتمع الدولي لمكانة مصر ودورها التاريخي ورصيدها الحضاري(٨). كما نقلت تصريحات نائب الرئيس الأمريكي "آل- جور" في مانشيت العدد الصادر في سبتمبر من أن عقد المؤتمر بالقاهرة هو تأكيد لزعامة مبارك(٩).

وسعت جريدة الأهرام من خلال التغطية الصحفية للمؤتمر إلى التأكيد على الموقف الرسمي وَحِرصُ المسؤولين على العمل وفقًا للشرائع والتقاليد المصرية، وأنه لن تفرض أشياء تتنافى مع مبادئ الدين الإسلامي، وأن الموقف المصري في المؤتمر نابع من خصوصية مصر الثقافية وتقاليدها وانتمائها العربي والإسلامي، وذلك ردًا على ما تثير المعارضة من أن القضايا التي يناقشها المؤتمر

تتعارض مع صحيح الدين وتتنافى مع القيم الإسلامية الراسخة مشيرة إلى أن مصر تقدمت رسميًا منذ اليوم الأول بطلب تعديل الوثيقة ليجرى تطبيقها وفق قانون كل دولة وقيمها الدينية .

كما أبرزت الأهرام تصريحات رئيسة الوفد المصري «مرفت التلاوي» بأن مصر نبهت المؤتمر إلى أهمية الإشارة في متن الوثيقة إلى القيم الدينية وتقاليد كل شعب ، وفي الإطار نفسه عملت الصحيفة على إبراز تصريحات الرئيس مبارك المؤكدة على أن مؤتمر السكان سيصدر توصياته وأن لكل دولة الحق في أن تأخذ ما يناسبها[١١] ، كما نقلت عن الرئيس مبارك في مانشيت عددها الصادر في ٨ سبتمبر أن مؤتمر السكان فرصة لتوضيح مبادئ الإسلام ، فالعالم لا يؤمن بالرفض ويريد شرحا وإقناعًا، وأن أي انحراف عن مبادئ الإسلام مرفوض ، واتهم البعض بأنه يستخدم مستندات مزورة للتهييج[١٢] واهتمت الأهرام بنقل تصريحات البابا شنودة التي يعلن فيها سعادته من تأثير مصر على قرارات المؤتمر بما يتفق مع الأديان[١٣] .

كما قدمت الجريدة في تغطيتها الخبرية تصريحات المسؤولين التي تشير إلى سلامة موقف مصر إزاء حرصها على القيم الدينية ، فتحت عنوان «الأفكار المصرية حول مشروع وثيقة المؤتمر: حذف كل ما يتعارض مع الشرائع السماوية والتقاليد» نقلت الجريدة تصريحات مستشار وزير الإعلام المصري وعضو وفد مصر بأن الأفكار المصرية تعمل على أن تكون في إطار احترام الأديان وفي نطاق القوانين الوضعية ، كما نقلت الجريدة عن الدكتور ماهر مهران نائب رئيس المؤتمر قوله : أن المؤتمر سينجح رغم الشائعات التي سبقته إلزام لأي دولة في التنفيذ[١٤] .

حرصت الجريدة في معالجتها الإخبارية على نشر تأكيد القائمين على المؤتمر بعدم الإكراه في تنظيم الأسرة ، وتمكين المرأة من الحصول على المجانية في هذا المجال.

عرضت الجريدة لمناقشات الوفود والانقسامات الحادثة داخل المجموعات الإقليمية حول قضايا الصحة الإنجابية ومعدلات الوفيات والإجهاض ، وأن حرصت على تأكيد أن المسار النهائي للمناقشات إنما يسير في إطار توجيهات الدولة الإسلامية وعلى رأسها مصر، خاصة فيما يسير في إطار توجيهات يتعلق بشروط الإجهاض ، كما أوضحت الجريدة أن مصر بادرت بصياغة بديلة للنص الأصلي تتضمن تعديلات على مشروع وثيقة المؤتمر، وهي تعديلات تراعى البعد الزمني والأخلاق في مسائل الزواج والصحة الإنجابية ، وهو ما أكده وزير السكان المصري الذي أعلن أن التعديلات التي انتهت منها اللجنة الرئيسية تتفق مع توجهات مصر وأن الوفد المصري قام بجهود مكثفة لإحداثها.

اهتمت الأهرام بنقل تصريحات رؤساء الوفود التي تتفق وتؤيد وجهة النظر الرسمية ، كما عنيت بنقل تصريحات هؤلاء الرؤساء التي تتناول قضايا المرأة مثل وفد بريطانيا الذي أهتم بقضية تعليم الإناث ، وأوكرانيا الذي ركز على استخدام موانع الحمل كبديل حقيقي للإجهاض ، والكاميرون الذي أكد على ضرورة إعادة الحقوق المشروعة للمرأة وزيادة قدرتها الاجتماعية والفكرية والجسمانية[١٦] .

نقلت الجريدة على صفحاتها المناقشات الخاصة بلجنة المرأة ، ومنها حلقة النقاش التي دارت حول ضرورة الدعوة إلى إصدار عقد زواج جديد يتضمن كافة الحقوق التي منحها الإسلام للمرأة ، كما تابعت الجريدة المناقشات الخاصة بالرضاعة الطبيعية وعلاقتها بتنظيم الأسرة ، والمناقشات الساخنة التي نظمتها الجمعيات النسائية للمدافعة عن الحقوق السياسية للمرأة ، كما نشرت المناقشات التي دارت بين المدافعين عن حرية الإجهاض والمعارضين له.

الصحف الحزبية المعارضة :

حملت جريدة (الشعب) حملة ضارية على المؤتمر فوصمته بأنه مناف للدين ومبادئه وقد تجلت حملة المناهضة في عدة مظاهر:

- بدأت الإشارة الأولى لفعاليات المؤتمر في جريدة الشعب قبل شهر من بدايته من خلال الخبر الرئيسي الذي احتل عنوانه مانشيت العدد الصادر في ٥ أغسطس ((مصر تتعهد للأمم المتحدة بوقف النمو السكاني)) وذكر صندوق السكان بالأمم المتحدة والتي تلزم مصر بوقف نمو السكان ، وتوالت بعد ذلك المعالجات الصحفية المدينة للمؤتمر والتي احتلت مانشيتات أعدادها المختلفة ومنها مؤتمر السكان وتوابعه : لماذا يربطون المعونة الغربية بموافقتنا على قراراته: كما نشرت الجريدة خبرًا في صفحتها الأولى بعنوان ((النواب المستقلون في مجلس الشعب يهاجمون مؤتمر السكان)) وحمل متن الخبر دعوة النواب المستقلين بحذف البنود المخالفة للشريعة الإسلامية من وثيقة المؤتمر.

وفي العدد الصادر في ١٢ أغسطس نشرت الجريدة مقالاً لعادل حسين يناهض فيه كل ما يتعلق بالمؤتمر ويتوجه بما يشبه دعوة للجهاد ضده حيث جاء العنوان ((جرائم مؤتمر السكان لا يوقفها الأزهر وحده أو الكنيسة.. إنه واجب كل مصري)) وفي العدد نفسه تنشر الجريدة خبرًا على صفحتها الأولى بعنوان ((لأزهر)) يدين مؤتمر السكان ويؤكد تعارضه مع الإسلام.

ويحمل متن الخبر أن مجمع البحوث الإسلامية وصف بعض توصيات لمؤتمر بأنها مخالفة للإسلام . وتنشر كاريكاتيرًا في العدد ذاته مضمونه ((كل حاجة حتبقى مباحة بعد المؤتمر ماعدا الإسلام)).

عمدت جريدة (الشعب) إلى نشر الأخبار التي تحمل التنديد بالمؤتمر من بين الهيئات والأفراد ومنها نشر بان مجمع البحوث الإسلامية الذي يرأسه شيخ الأزهر تحت عنوان ((...المؤتمر يهدف لحماية العلاقات الجنسية ... خارج إطار الزواج))، كما نشرت في عددها الصادر في ١٢ أغسطس نص بيان مركز الدراسات السكانية بجامعة الأزهر الذي يدين مشروع برنامج عمل المؤتمر، وفى عددها الصادر في ٣٠ أغسطس تنشر بيان إتحاد المنظمات الطبية الإسلامية الذي ينادى بمقاطعة المؤتمر كما نشرت بيان مفتى السعودية الذي يطالب بمقاطعة المؤتمر وذلك في عددها الصادر في ٢سبتمبر حيث ((أن فيه منكرات

ولا تتوافق مع الدين الحنيف)). كما نشرت في صدر صفحتها الأولى خبرًا عن رفض الشيخ متولي الشعراوي لبرنامج عمل المؤتمر وأكدت على ما ذكره من أنه شعر بالحزن لقبول مناقشة هذه الأفكار في المؤتمر.

وفي عددها الصادر في ١٩ أغسطس حشدت الجريدة مشايعي وجهة نظرها في تحقيق على الصفحة الثالثة بعنوان ((قادة الفكر والدعوة يرفضون مؤتمر السكان المشبوه ، ويكتشفون مخالفته للعقيدة ودوره في تخريب الأمة)). استضافت الجريدة فيه د . يوسف القرضاوي ، د . محمد عمارة ، د . عبد الصبور شاهين ، د. عبد الرشيد صقر.. وقدموا جميعهم رؤى مناهضة للمؤتمر تنعى على أعماله وبرامجه مخالفتها للإسلام وتشكك في أهدافه . كما أن الصحيفة في عددها الصادر ٢٣أغسطس نشرت بيان الأخوان المسلمين الذين يرفض إقرار وثيقة المؤتمر كما هي ويتحفظ على بنودها .

وفي نفس السياق تنشر الجريدة بيان إحدى المؤسسات الألمانية المنادي بمقاطعة المؤتمر على نصف صفحة تحت عنوان ((أوقفوا مؤتمر القاهرة للسكان)) ((الأمم المتحدة تكرار للإمبراطورية الرومانية وإبادة البشر سياستها)). كما نشر خبر في عددها الموافق ١٦ أغسطس عن قيام مظاهرات في الفلبين تندد بالمؤتمر.

وفي عددها الموافق ٢ سبتمبر تنشر على صفعتها الأخيرة بيانًا باللغة الإنجليزية شغل الصفحة بأكملها لما يسمى Schiller- institute وعنوانه ((أوقفوا هذا المؤتمر القاتل)) ويعلن البيان بأن هدف المؤتمر هو إبراز هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على المسوح الدولي وأن المؤتمر يسعى إلى تدمير مؤسسة الأسرة و إشاعة الحرية الجنسية . وفي العدد نفسه تنشر ما ينبئ عن الرفض الإسلامي للمؤتمر فتكتب في صدر صفحتها الأولى تقريرًا خاصًا للجريدة من لندن ((السعودية وإيران)) تقودان المعارضة الإسلامية لمؤتمر السكان ، كما أكدت رفض السودان ورابطة العالم الإسلامي والمجلس الإسلامي للدعوة والإغاثة للمؤتمر وكل ما تضمنه من أفكار.

وتتبع الصحيفة كل الوسائل الممكنة من عناوين مثيرة وغيرها إلى تعبئة الرأي المحلى ضد المؤتمر حيث تنشر في عددها الصادر في ٣٠ أغسطس تقارير عن المؤتمر تحمل طابع الإدانة الشديدة ، وذلك تحت عنوان ممتد بطول الصفحة ((وبدأ العد التنازلي لمؤتمر الإجهاض والإباحية الجنسية)) منظمة دولية تسعى لتحويل جمعيات تنظيم الأسرة إلى مراكز لتسهيل الدعارة . هؤلاء هم الشواذ ، وهذا هو ما يريدون أن يفعلوه بمصر والمصريين ((حصلوا على اعتراف حكومات الغرب ويريدون التظاهر بالقاهرة)) .

وأثناء انعقاد المؤتمر نشرت الصحيفة في عدد ٦ سبتمبر عدة أخبار تحمل كلها عناوين مثيرة ومنها ((مؤتمر السكان بدأ وسط دعوات الإباحية ، ومعارضة إسلامية)) ، ((الأمم المتحدة تضغط ضد تعديل الوثيقة)).

كما تنشر في صفعتها الثالثة تقريرًا عن اعتراف مسؤولين أمريكيين بأن القضاء على الزيادة السكانية في العالم الإسلامي من أوليات الأمن القومي الأمريكي.

وهكذا نستطيع أن نقول: إن جريدة الشعب قد نجحت في أن تحول الأنظار عما يتضمنه برنامج العمل من بعض المبادئ الهامة التي تساعد في تغيير وضعية المرأة خاصة ما يتعلق منها بالرعاية الصحية والتعليم وتحسين أوضاع المرأة الاقتصادية . وذلك من خلال التغطية الصحفية والمواقف التي تركز على بعض البنود في الوثيقة مثل الإجهاض والحرية الجنسية وغيرها من قضايا هامشية لا تعنى المرأة المصرية ولا تشكل أحد همومها .. كما نجد أن الصحف القومية ممثلة في ((الأهرام)) لم تنتبه إلى تلك المحاولة لصرف الانتباه عن قضايا ومشكلات المرأة المصرية وانتهاز فرصة هذا المؤتمر ليطرح على بساط البحث كافة ما تعانى منه المرأة المصرية خاصة في الأوساط الشعبية والريفية ... ومن ثم نجد أن الأهرام قد انغمست في تغطيتها للمؤتمر على تأكيد فكرة واحدة هي أن مصر لن تقبل ما يتعارض مع خصوصيتها الثقافية وقيمها الدينية .

أما الصحف الحزبية الأخرى فقد تفاوتت مواقفها من المؤتمر حسب توجهها السياسي والأيديولوجي، فنجد أن صحيفة ((الأهالى)) قد تنبهت إلى محاولة القوى المعارضة ذات التوجه الإسلامي في إجهاض المؤتمر ومن ثم لم تفرق معالجتها في تتبع المناقشات الحادة حول الحلال والحرام أو الشذوذ أو غيرها من مسائل وإنما ركزت على الأبعاد الاقتصادية في وثيقة المؤتمر وخاصة مشاكل التنمية ونقص الموارد، فتجرى تحقيقًا على مساحة ثلثي صفحة بعنوان ((قضايا أساسية في المؤتمر تجاهلوها عامدين)) وذلك في عددها الصادر في ٧ سبتمبر، ويتناول التحقيق خطورة الإغراق في مناقشات حول الإجهاض والشذوذ وترك الجانب الخاص والمهم في علاقة السكان بالتنمية .

وأكد التحقيق أن أحدًا لم ينتبه إلى أن وثائق المؤتمر تركز على ضرورة الحد من انتشار ظاهرة الفساد ووضع إستراتيجيات عاجلة للقضاء على الفقر وأن إحدى وثائق المؤتمر تقول صراحة أن تخفيض الإنفاق الحكومي على الخدمات العامة يؤثر على الفقراء أساسًا . كما تنشر في العدد نفسه حديثين لخبيرين في الاقتصاد هما د . صبري إسماعيل عبد الله ود . رمزي زكى يتناولان فيهما عملية التنمية والسكان .

كما أجرت الجريدة عدة حوارات مع مسؤولي وأعضاء الوفود المشاركة في المؤتمر تركز على الأبعاد الاقتصادية في مشكلة السكان والتنمية .

- وهكذا نجد أن الأهالي في تقاريرها ومتابعتها الإخبارية لفعاليات المؤتمر تركز على الأحداث ذات الطابع الاقتصادي ، ومن ثم فهي تبرز طلب المنظمات العربية غير الحكومية للتجمع النسائي العربي بدعوتها لإسقاط ديون العالم الثالث .

كما نشرت الجريدة تحقيقًا عن التناقض بين وثائق مؤتمر السكان الداعية للتنمية المستدامة والمتوازنة في حين أن الحكومة تركز استثماراتها فى القاهرة والإسكندرية وأن ٥٧٪ من مجموع الأسر المصرية تعيش تحت خط الفقر.

وبصفة عامة نقول: إن الأهالي قد أيدت المؤتمر حيث نقلت بتوسع تصريحات الرئيس مبارك في افتتاح أعمال المؤتمر وأشارت إلى امتداح الوفود الإسلامية لوثيقة المؤتمر، كما نقلت عن إمام المسجد الأقصى قوله أن وثيقة المؤتمر لا تخالف الإسلام .

- اتفقت جريدة «العربي» مع الأهالي في إشادتها بالمؤتمر والجهد المصري المبذول في إدخال التعديلات على وثيقته لأجل تأكيد احترام الشرائع والقوانين الوطنية . وحرصت الجريدة على أن تبرز التقارير التي تتعلق بخلافات «اللحظة الأخيرة»، والتي تتعلق بالقضايا التي أثارت جدلا وذلك في عددها الصادر في ٥ سبتمبر ، وقد أكدت «العربي» العجز عن الوصول إلى صياغات متفق عليها في عدد من الفقرات والبنود وأهمها ما يتصل بالحقوق الجنسية والمساواة بين الرجل والمرأة في الميراث والخلاف حول حق لم شمل الأسرة المهاجرة وحقوق اللاجئين.

-وقدمت الجريدة على صفحاتها تقارير عن نشاط وفود مؤتمر السكان ، حيث عرضت تجارب الدول النامية في مجال السكان والأسرة ، منها السياسات الخاصة برعاية المرأة في «زيمبابوي» ، وجهود حكومة المكسيك لتقليل معدل النمو السكاني ، كما قدمت «بنجلاديش» باعتبارها نموذجًا أشاد به صندوق الأمم المتحدة للسكان في مجال الخدمات السكانية ورصدت تجربة «أندونسيا» في مجال تنظيم الأسرة ودور جمعيات المرأة .

- اتخذت صحيفة «الوفد» موقفًا معارضًا للمؤتمر لا يتفق مع التوجه الليبرالي للحزب الذي تعبر عنه ، حيث استخدمت المؤتمر كأداة في صراعها الحزبي ومعارضتها للحكومة .

- نشرت «الوفد»، تحقيقًا في عددها الصادر أول سبتمبر جاءت عناوينه لتدلل على إدانة المؤتمر والهجوم على الحكومة : «ازدياد الشعور الشعبي برفض توصيات المؤتمر برغم محاولات المسؤولين اليائسة لتجميل الصورة ، الحكومة عجزت عن الدفاع عن وجه نظرها وفقدت مصداقيتها أمام رجل الشارع».

ويعرض متن التحقيق لما أثاره المؤتمر من شكوك في نفوس المواطنين نتيجة حرص المسؤولين البالغ على نفي أن يكون المؤتمر متعرضًا لقضايا ماسة بالمبادئ الدينية وكذلك لتعارض فتاوى رجال لدين بشأن المؤتمر.

- وفى نفس السياق نشرت « الوفد» عدة أخبار عن أعمال متابعة المؤتمر وجاءت عناوينها لتؤكد « استمرار حملة المقاطعة لمؤتمر السكان » غالى يقلل من أهمية مقاطعة الدول للمؤتمر، كما نشرت خبرًا عن توحد موقف الأزهر والكنيسة القبطية من المؤتمر تحت عنوان «الكنيسة القبطية تؤيد الأزهر ضد مؤتمر .

- وفى أثناء انعقاد المؤتمر قدمت جريدة الوفد متابعات خبرية لأحداث ووقائع المؤتمر عبر تقارير تصف ما دار في الندوات دون تعليق محدد يمكن أن

نستشف منه توجهًا معينًا، وجاءت تلك المتابعة تحت عناوين مختلفة منها ((صياغة جديدة لبنود الميراث والأسرة في وثيقة المؤتمر))، « اقتراح أوروبي بتطبيق التوصيات طبقًا لقوانين عمل محددة)) ، ((نداء إلى الحكومة المصرية لتعديل قانون الجمعيات الأهلية)) .

ونستشف من هذه العناوين أن ((الوفد)) وإن كانت قد اتخذت خطة مناوئة للمؤتمر أثناء الإعداد له ، إلا أنها وفى فترة انعقاد المؤتمر حرصت تغطيتها الخبرية على الإشارة إلى الجهود المصرية لتعديل الوثيقة بما يتلاءم مع القيم الإسلامية والتقاليد المصرية ، بما يعمله هذا من معنى الإشادة . أما مواد الرأي فكانت السمة الغالبة عليها أثناء انعقاد المؤتمر تناول ما صاحب المؤتمر من أحداث كوسيلة للتأكيد على سيادة البيروقراطية وروح التكاسل في العمل الحكومي وافتقاد آليات الديمقراطية الكاملة .

فيكتب سعيد عبد الخالق في عدد ((الوفد)) الصادر في ١٥ سبتمبر تحت عنوان ((ماذا نفعل يا حكومة حتى نصبح من أولاد الهانم)). مشيرًا إلى الإصلاحات التي حدثت في الشوارع وإزالة القمامة وانسياب المرور ويتساءل لماذا لا يتم ذلك طوال العام دومًا مادام ممكنًا. وأكد أن هذا الوضع يدل على عدم تقدير الحكومة للمواطنين. ويكتب إبراهيم الدسوقي أباظة تحت عنوان ((المصالح فوق المبادئ وذلك في العدد نفسه)) ، أن حل القضايا التنموية لا يكون بإنفاق الأموال في صورة معونات

بالإحاطة بالحكومات الديكتاتورية؛ لأن العالم الفقير محكوم في أغلبه بنظم ديكتاتورية قاهرة.

ويتفق سعيد الجمل مع كل من الرأيين السابقين حيث يطالب أن يكون الأداء الحكومي مخططًا ومرسومًا وليس رد فعل لمؤتمرات لا تتم إلا في أجواء ديمقراطية .

موقف الصحافة المصرية من قضايا المؤتمر:

١ـ الموقف من عقد المؤتمر بالقاهرة ومن وثيقة المؤتمر وتوصياته:(*)

في إطار دعم السياسة الرسمية للدولة ، قامت جريدة ((الأهرام)) بسبغ الأهمية على المؤتمر ووثيقته والرد على من يحملون عليها. وقدمت الجريدة في هذا الصدد (١٢) طرحًا ترافقهم وتدعمهم (٢٤) تؤكد على صحة الأطروحات لتشمل ترحيبًا بعقد المؤتمر في القاهرة ورصد الإيجابيات المتحققة من وراء ذلك والدفاع عن وثيقة المؤتمر وما تحويه من بنود ثم الإشارة بالتوصيات .

ويعكس هذا الحجم الكبير من الأطروحات والحجج الرغبة في تأكيد صحة الموقف الرسمي المصري الذي استضاف المؤتمر، ووفر له دعاوى النجاح، ونعرض فيما يلي نماذج لهذه الأطروحات والحجج :

- يهاجم مرسى عطا الله المعارضين للمؤتمر بطرح جاء فيه ((كعادتهم)) خلطوا الأوراق وقلبوا الحقائق وتمسكوا ببعض القشور وراحوا يهيلون التراب على المؤتمر العالمي للسكان الذي يشارك فيه حشد غير مسبوق من الزعماء والعلماء والمفكرين . أما الحجج التي استند إليها فهي: أن اختيار القاهرة يمثل شهادة لمصر ومنزلتها الدولية ومكانتها العلمية ، كما أن صناع الزوبعة فتحوا أسواقًا للمزايدة على مجموعة قضايا وهم أول من يعلم بأن الدولة أحرص على الحفاظ عليها وأسبق في الإعلان منها على لسان الرئيس مبارك[١٧] .

- كما يرى محمد باشا فب طرحه أن النظرة الموضوعية إلى برنامج المؤتمر وتوصياته نجد أنها تتضمن الكثير الذي يستحق أن نستفيد به ، ويعلل ذلك بأن

(*) انظر الجدول رقم (١) في الملاحق .

الموضوع الأساسي هو السعي إلى تحسين حياة البشر في كل أنحاء العالم ، كما أن المؤتمر يتضمن دعوة لتوفير الحماية والرعاية ومساعدة المشردين واللاجئين والاهتمام بقضايا التعليم ومحو الأمية[١٨].

– ويدعو أسامة سرايا في طرحه إلى الانتباه إلى دعاوى التخويف من كل شيء، حتى أن المعارضين صوروا مؤتمر السكان مؤتمرًا للشذوذ والإباحية الجنسية تحت إشراف الأمم المتحدة[١٩].

– ويقدم إبراهيم نافع طرحه في مجال الدفاع عن المؤتمر مظهرًا إيجابياته التي عادت على المرأة حيث يقول: إنه ظهر للعالم وخاصة للبعض في الغرب ، الصورة الحقيقية للمرأة المسلمة التي لم يمنعها تمسكها بقيم دينها من المشاركة الإيجابية في صنع حاضر بلدها ومستقبلها ومن الوصول إلى أعلى درجات المسؤولية ، ويقدم دعمًا لذلك الطرح من خلال حجتين **الأولى**: الأثر الطيب الذي تركته السيدة بينظير بوتو رئيسة وزراء باكستان وهي تدافع عن مفهوم الأسرة الصحيح في الإسلام . **والثانية** : الصورة التي تقدمها نفيس صادق الأمينة العامة لهذا المؤتمر للعالم كله أن كفاءة المرأة المسلمة وعدم تعارض تمسكها بقيمتها الدينية مع مشاركتها على أعلى المستويات في تحمل المسؤولية الكبرى[٢٠].

–ويندد صلاح منتصر بمن وصفوا المؤتمر بأنه ضد الأديان ومؤتمر للشواذ فيقدم الطرح القائل بأن المؤتمر لم يكن - كما وصفه البعض غوغائية- ضد الإسلام بل لقاء حضاري يرعى العدل ويحفظ القيم ويحافظ على ثوابت الشرائع السماوية ويقدم حجتين داعمتين لطرحه ، الأولى: أنه لم يشهد خلال المؤتمر مظاهرة أو مسيرة واحدة من التي قالوا عنها أنها سوف تضم الشواذ جنسيًا والثانية : أنه لم نسمع كلمة أو خطابا يعرض على الشذوذ[٢١].

– أكد محمد سلماوي في طرحه أن السواد الأعظم من الرأي العام المصري مؤيد لعقد المؤتمر والاستفادة بما يمكن أن يطرحه من حلول لمعالجة المشكلة السكانية[٢٢] وهكذا توالت الأطروحات والحجج المدعمة لتشيد بالمؤتمر وتفند مواقف المعارضين خاصة ما يتعلق منها بالجوانب الدينية والأخلاقية .

الصحف الحزبية المعارضة:

- قامت جريدة ((الشعب)) بحملة مناهضة عبأت فيها كل معالجاتها في اتجاه رفض المؤتمر، ونددت بالمسؤولين لموافقتهم على استضافة المؤتمر بالقاهرة، ونعت على الوثيقة إباحتها وازدادت لهجتها لتضعها في موقف العداء للدين وتحرض على المؤتمر وأعماله، ويتأكد هذا بالنظر إلى حجم الأطروحات التي أدانت المؤتمر والتي بلغت (١١) أطروحة ترافقها (٢٧) حجة تدعمها وتؤكد ما تذهب إليه في إطار إدانة كلية وشاملة بدون طرح واحد مؤيد.

وقاد هذه الحملة ضد المؤتمر عادل حسين لرئيس تحرير الجريدة السابق من خلال عناوين مثيرة وتحريضيه ويقدم طرحه الذي يدين الدولة المصرية ورئيسها لدورهما فى عقد المؤتمر بالقاهرة فيقول تحت عنوان ((الدراسات الغربية تكشف هدف مؤتمر إبادة البشر والمسلمين)): إن الدولة المصرية لعبت دورًا رئيسيًا في تنفيذ هذه المؤامرة الدولية، حيث لعبت بكل إمكاناتها دور الداعية الأسود داخل الأمة الإسلامية ((أما حجته لهذا الطرح)) أن دور الدولة داخل مصر معروف ،وأن الرئيس مبارك حصل من أجل هذا الدور على جائزة الأمم المتحدة للسكان على أساس أن الحكومة المصرية سبقت غيرها من الحكومات في إنقاص عدد مواطنيها[٢٣].

- وفى السياق نفسه يكتب عادل حسين ((للمؤتمر السكان و التنمية، أننا نعارضه ونكشف ما خلفه من مخططات إجرامية، نكشفها باسم الدين وأدلته باسم المنهج العلمي الصحيح)). أما الأدلة التي استند إليها فهي أن المؤتمر يسعى إلى هدم الأسرة وتشجيع الشذوذ الجنسي والإجهاض ((وهو فحش نرفضه))، كما استند إلى أدلة اقتصادية حيث ذكر أن مواطني الدول الصناعية يمثلون ٢٠ من البشر يستأثرون ٨٠٪ من خامات العالم ومتوسط دخل الفرد لديهم أكثر من ٢٢ مرة متوسطة في دول الجنوب وأنهم بجشعهم سبب كل المشاكل[٢٤].

- ويصف عادل حسين الوثيقة بأنها مخطط شيطاني لإشاعة الفاحشة ويقدم عدة حجر يستند إليها في حكمه وهى أن الغرب يسعى إلى نشر الفواحش

وانحلال الأخلاق على باقي البشر والأمة الإسلامية في المقام الأول ، فضلا عن إباحته للإجهاض وإسباغ الحماية عليه[٢٥]

- وفى إطار التنديد بالمؤتمر طالبت د . زينب عبد العزيز برجم هذا المؤتمر تكرار وتقول في طرحها «أن برنامج المؤتمر يتضمن ما يمكن أن نطلق عليه النمط الثالث والأخير من أشكال الاستعمار بعد الاستعمار العسكري والاقتصادي. وتقدم حجة مدللة بأن برنامج المؤتمر يدعو لفوضى انحلال وإباحية جنسية حيث سيستخدم الجنس كوسيلة تدمير لإغراق المجتمع بكافة أعماره في ضياع .

- ويرى الشيخ محمد الغزالي في طرحه أن من أهم أغراض المؤتمر تيسير الزنى، وتخفيف عواقبه، ونشر الأغشية الواقية من الأمراض الفتاكة المرتبطة بالصلات الجنسية المنحرفة ، ويقيم حجتين تدللان على صحة هذا الطرح ، **الأولى**: أن مجمع البحوث الإسلامية أصدر رأيه في مشروع برنامج عمل المؤتمر مثبتًا ما ينطوي عليه من أفكار تتعارض مع الإسلام ، **والثانية** : أنه من المعروف أن المؤتمر الدولي سيضم عددا من ممثلي الجمعيات الأهلية الخاصة بالشواذ جنسيًا[٢٧] .

-واتهم الدكتور أحمد الملط في طرحه وجود هيئات أمريكية لها دور في المؤتمر وأن لهذه الهيئات أهدافا غير بريئة نحو مستقبل العالم الثالث وأنها تخطط للإبادة الجماعية له ، واستند الكاتب في ذلك إلى أن المؤتمر يتضمن ما يحطم الأسرة ويشجع الزنى ويبيح الإجهاض والإباحية الجنسية بين المراهقين[٢٨] .

- تستضيف الجريدة الشيخ الشعراوي ليقوم بدوره بمناهضة المؤتمر حيث اعتبر المؤتمر أحد الزوابع التي وجهت ضد الإسلام . واستند الكاتب إلى أن الإسلام هدد بزوابع بل بأعاصير وبقى الإسلام وأنه جاءت وفدات كثيرة تغزو الإسلام إلا أنها ذابت كلها وزالت أمام المناعة التي وضعها الله في قلب المؤمنين

- وفى الإطار نفسه يقدم محمد حلمي مراد طرحه المعبر عن رفضه لاستضافة القاهرة للمؤتمر أيًا كانت الفائدة التي تعود ويقدم الكاتب أربعة حجج على صحة ما ذهب إليه وهي : إباحته للإجهاض في غير الحالات التي تجيزها الشريعة ، والسماح بإنشاء العلاقات الجنسية في غير حالة الزواج ، التسوية بين الذكر والأنثى في الميراث ، إضعاف رقابة الآباء على أبنائهم في ممارسة علاقاتهم الجنسية [٣٠] .

وهكذا توالت الأطروحات التي تنفي أي فضل أو أهمية للمؤتمر، والنظر إليه فقط كمؤتمر يبيح الشذوذ والزنا والإجهاض .

- قدمت جريدة الأهالي في هذا الصدد(٤) أطروحات ترافقها(٧) حجج مؤيدة جميعها للمؤتمر ومرحبة بعقده في القاهرة ومشيدة بالجهود المبذولة لإنجاحه وتفند الأطروحات جريدة «الشعب» وتصف المهاجمين بالغوغائية وتنفي أن تكون وثيقة المؤتمر تتحدى مشاعر المسلمين .

- فيقدم لطفي واكد طرحين : وصف الطرح الأول المؤتمر بأنه مهرجان دولي ، وأن من حقنا أن نحتفل به ونرحب بانعقاده في القاهرة . ويقدم حجتين تستخدم ذات الأسانيد التي قال بها المسؤولون الرسميون في تفنيد هجمات المعارضين . والحجة الأولى «فقد فازت بلادنا باستضافة المؤتمر بعد أن تسابقت حوالي ٢٠ دولة للحصول على قرار عقده في أراضيها». والحجة الثانية «أن البعض طرح إدعادات غير صحيحة ووقفوا عند الجوانب الهامشية متجاهلين عن عمد الجوانب الأساسية الخاصة بالتنمية والفقر وديون العالم الثالث.

- ويتعرض الكاتب في الطرح الثاني إلى أن القول بأن وثيقة المؤتمر تحد لمشاعر المسلمين وهجمة شرسة ضد المجتمع الإسلامي ، هو ليس تجن على المؤتمر فحسب بل تجن على الإسلام والمسلمين . وقدم الكاتب ثلاث حجج للتدليل على هذا الطرح، **الأولى**: أن هذا المؤتمر جاد وأن المشاركة لا تكون بالغوغائية بل بقراءة متأنية ومناقشة ونقد . **الحجة الثانية** : شعب مصر الطيب النقي ليس في حاجة إلى من يعلمه آداب الإسلام وأخلاقياته . أما **الحجة الثالثة**: فهي قوله تعالى : ﴿ يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمْ فَاسِقُۢ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوْمًۢا بِجَهَـٰلَةٍ فَتُصْبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَـٰدِمِينَ ۝٦ ﴾[٣١] .

- كما قدم د . رفعت السعيد طرحين يؤكدان نجاح القيادة السياسية في عقد المؤتمر. فيقول الطرح الأول: «لقد نجحت مصر في عبور تجربة إدارة وتنظيم وإنجاح أكبر مؤتمر عانى عقد حتى الآن . وقدم حجة مدعمة بأن مصر تحدث الغوغائية المتأسلمة التي حاولت استخدام المؤتمر وانعقاده في مصر سبيلا لافتعال ضجيج لا علاقة له بصحيح الإسلام . وتناول الطرح الثاني الفكرة نفسها وهي الهجوم على جريدة الشعب والمعارضين[٣] .

- أما جريدة ((العربي)) فقدمت طرحين فقط يرافقهما (٩) حجج مدعمة ، وعلى الرغم من أن التغطية الخبرية كانت تشيد بانعقاد المؤتمر القاهرة والإشادة بالدور المصري في تعديل بعض بنود الوثيقة إلا أن الصحيفة نشرت عددا من الآراء والأطروحات لعدد من الكتاب تعارض وثيقة مؤتمر السكان من مداخل مختلفة.

- فيقدم عبد الحليم قنديل الطرح الأول الذي يشير إلى تعبير الوثيقة عن الغرب ومصالحه ويقدم (٥) حجج لتدعيم الطرح ، حيث يرى أن الوثيقة تركز المخاوف من الهجرة الدولية من الدول النامية إلى الغرب، وأن الوثيقة تقر بحق دول الغرب في التخلص من المهاجرين غير المسجلين ، وأن الوثيقة تشجع القطاع الخاص والانتقال إلى اقتصاد السوق ، كما أن الوثيقة تربط تدفقات التمويل الدولي لشروط التحول إلى اقتصاد السوق وأخيرًا وجود بنود تتحدث عن الحرية الجنسية باعتبارها من حقوق الإنسان [٣٣] .

- أما الطرح الثاني فقدمه د . عصام الحناوى حيث أشار في طرحه إلى أن المؤتمر حاد عن أهدافه الرئيسية ويقدم أربع حجج مدعمة لهذا الطرح :

الأولى: ((ففي المراحل الأولى للتحضير للمؤتمر كان هناك اتجاه بين الدول النامية للتركيز على التشابكات بين السكان والتنمية ومشكلات الديون وتناقضات أنماط الاستهلاك بين الشمال والجنوب واختفى كل ذلك.

والحجة الثانية : ((أن المؤتمر تحول من مؤتمر للسكان والتنمية إلى مؤتمر لتحديد أو تنظيم الأسرة وتم تهميش كل ما هو متعلق بالتنمية)).

وتقول الحجة الثالثة : جاء برنامج العمل مخيبًا لآمال الدول النامية فلم يتضمن فيما يتعلق بالتنمية تكرارًا لما ورد في وثائق ومؤتمرات سابقة .

أما الحجة الرابعة : ((أنه لم ترد إشارة واحدة لسياسات الإصلاح الاقتصادي التي يجيزها البنك وصندوق النقد الدوليين والتي أدت إلى آثار سلبية في دول نامية كثيرة ووصفتها منظمة اليونيسيف بأنها غير إنسانية)) [٣٤] .

- وهكذا يتضح أن نقد ((العربي)) للوثيقة كان يرتكز في الأساس في

جوانب تتعلق بالبعد الغائب عن الوثيقة وهو الخاص بالتنمية الاقتصادية وعلاقتها القوية بمشكلة السكان ، كما أن خطاب ((العربي)) حول الوثيقة استند إلى التوجه السياسي والأيديولوجي للحزب الذي تعبر عنه خاصة فيما يتعلق بنقد أنشطة القطاع الخاص وسياسات التكيف الهيكلي بما لها من تأثير قوى على الدول النامية ومنها مصر.

كما سبق أن ذكرنا، غلب على التغطية الخبرية للمؤتمر ووثيقته في جريدة الوفد طابع التنديد خاصة قبل انعقاده ، إلا أنه يلاحظ أن الجريدة سمحت بنشر بعض الآراء المؤيدة للمؤتمر، وبصفة عامة قدم خطاب جريدة الوفد (٥) أطروحات ترافقها (٣) حجج مدعمة لها، جاءت منها أطروحتان بنسبة (٤٠٪) مندددة بالمؤتمر واستضافة القاهرة له . وقاد د .نعمان جمعة هذا الاتجاه بقوله ((أن مصر كانت في غنى عن عقد هذا المؤتمر)) ويدعم هذا الطرح بحجتين ، الأولى، تجنب البلبلة الحادثة وحتى يفيق المواطن من الأزمة الاقتصادية والثانية : أن مصر ستنفق مبالغ كبيرة على المؤتمر رغم حاجتها لكل مليم لمواجهة البطالة وأزمات أخرى عديدة .

- ويرد د . على فهمي حرب في طرحه على ما أعلنه المسؤولون بأن استضافة القاهرة للمؤتمر إنما هو تعبير عن مكانة مصر فيقول: إن مجرد استضافة مؤتمر للأمم المتحدة لا يعنى أي ميزة للدولة المضيفة ولا يعنى أي شرف.

- جاءت الأطروحات الثلاثة الباقية لتؤكد على أهمية المؤتمر، فيقدم مجدي مهنا طرحه القائل بضرورة الاعتراف بنجاح مؤتمر السكان رغم جملة الاعتراضات القوية وأن ذلك النجاح يعود إلى الرئيس مبارك ، ويدعم ذلك قائلا : ((فالرئيس مبارك هو الذي أنقذ المؤتمر من الفشل على المستوى الداخلي فأدلى بتصريحات دقيقة أسقط بها كافة الحجج التي استخدمها معارضو المؤتمر وخاصة من التيار الإسلامي))[٣٥].

-وأخيرًا يقدم د . محمد السعيد طرحين ، يقول الأول :((انتهز التيار الذي ينسب نفسه للإسلام فرصة عجز الحكومة في التوصيف الحقيقي للمؤتمر وبدأ

في الإيحاء بأن المؤتمر يخالف الدين وهو اتهام غير موثق . ويرى الطرح الثاني : «أن وثيقة المؤتمر أعدتها لجنة دولية خلال ثلاثة اجتماعات كبرى وتحاول إيجاد حل وسط بين فكر العالم المتقدم ودول العالم الثالث لخلق التوازن بين زيادة السكان والتنمية» .

وهكذا فإن كان الفريق المعارض قد بني رفضه للمؤتمر وعقده في القاهرة على أساس أنه أدى إلى البلبلة بين المواطنين فضلا عن نفقات إقامته في مصر إلا أن الفريق المؤيد يرى أن عقده في القاهرة دليل على نجاح سياسة الرئيس مبارك ، كما المؤتمر لا ما يخالف الدين .

٢- الموقف من قضية تنظيم الأسرة وتحديد النسل(*)

- قدمت الأهرام (٥) أطروحات ترافقها (١٧) حجة مدللة على صحة الأطروحات ، كلها تأييد ودعم لفكرة تنظيم الأسرة ، وقد جاء العدد الكبير من الحجج تعبيرا عن الرغبة الأكيدة في إثبات صحة المقولات ونفيًا للمعارضين لها .

- ويقدم د . سع الدين إبراهيم طرحه في هذا الصدد مدافعًا عن فكرة تنظيم الأسرة كما وردت في الوثيقة حيث إنها تقول « بضرورة توافر المعلومات ووسائل تنظيم الأسرة للناس ، ولهم حرية الاختيار على أساس احتياجاتهم واحتياجات مجتمعاتهم» ويقدم الكاتب أربعة حجج تاريخية ومعاصرة يؤكد بها صواب فكرة تنظيم الأسرة : الأولى: أن عبد الناصر كان يرفض فكرة تنظيم الأسرة ، ثم أكتشف أن جهود التنمية تلتهمها الزيادة السكانية ومنذ صدور الميثاق تتبنى الدولة سياسة تنظيم الأسرة . الثانية ، أن الخميني في عام ١٩٧٩ أقدم على إغلاق عيادات تنظيم الأسرة بدعوى أن ذلك ضد الإسلام ، إلا أنه عدل عن ذلك وأعلن أن الإسلام دعا إلى تنظيم الأسرة . أما الحجة الثالثة : فإن من يقول بأن المشكلة في البلدان النامية ليست في زيادة السكان بل في التنمية

(*) انظر الجدول رقم (٢) في الملاحق.

فعليهم أن يقدموا في الواقع دليلاً على ذلك . والحجة الرابعة والأخيرة : إن ماوتسى تونج بعد ١٠ سنوات في الحكم اكتشف أن مقولة العدالة في توزيع الثروة لا تكفى وحدها وأنه لابد من تنظيم الأسرة ، واتخذ سياسة صارمة تدعوا المتزوجين لعدم إنجاب أكثر من طفلين [٣٦].

- يرى د . بدر الدين على في طرحه (أن انعقاد مؤتمر السكان العالمي بالقاهرة هذا العام هو بمثابة دق ناقوس الخطر معلنا ضرورة ضبط النسل لتهدئة الانفجار السكاني في القاهرة[٣٧].

- وينفى د . محيى الرخاوي في طرحه وجود مؤامرة تحاك لنا من الغرب لكي يحددوا نسلنا حتى لا نغلبهم عددا . ودعم الكاتب هذا الطرح بحجتين الأولى: أن عدد أمة من الأمم ليس مجرد العدد بل حاصل ضرب دقائق العمل مضروبًا في عمق الوعي: والثانية : إننا مخدوعون بفكرة أن الكثرة تغلب الشجاعة[٣٨].

- يتفق د . جمال مختار مع الطرح الذي قدمه د . يحيى الرخاوي فيرى أنه ينساق وراء وهم معيب من يعتقد أن العالم الغنى يخشى من زيادة عدد سكان العالم الثالث ولهذا يشجعه على تنظيم الأسرة ويقدم الكاتب (٦) حجج نافية لوجود مؤامرة من العالم المتقدم ضد العالم الثالث . وقد جادت هذه الحجج في صيغة تساؤلات استنكارية وهي:

١ -هل نستمر في ((الخلفة)) المبالغ فيها بلا حد أو تخطيط ونترك القرار للجهلاء؟

٢- وهل نكتفي بمد أيدينا طلبًا للمعونة من الدول المتقدمة الغنية لنوفرها للأعداد الغفيرة من المواليد الذين يخرجون عشوائيًا دون أن يكون لهم مورد رزق.

٣- هل توقف حملات تنظيم الأسرة التي ثبت في دراسة علمية حديثة أن كل جنيه يصرف عليها يوفر ٣٧جنيهًا؟

٤ - هل نفرح بخصوبة المصريين ونسعد باشتغال الأطفال بدلا من تعليمهم؟

٥- هل نرد على من يشجع تنظيم الأسرة بأننا سنستمر في الإنجاب إلى أن نصبح قوة ضاربة من الفقراء والمرضى وأصحاب العاهات البدنية والنفسية ؟

٦-وهل نكابر ونقول : إن المسألة السكانية لها أسباب أخرى وأن ((الخلفة نعمة وليست نقمة والصبر مفتاح الفرج؟[٣٩]

-ويتم نفى فكرة المؤامرة الغربية للحد من النسل للمرة الثالثة من خلال اكرام لمعي فيقول: إن نظرية المؤامرة الغربية لإنقاص النسل في العالم الثالث لا تحتاج إلى دحضها وكفانا خرافة الكم ومحاولة إضاعة الوقت في قضايا حسمت من زمن بدعوى أن الدين يعارضها ويقدم الكاتب (٥) حجج تدلل على صحة الطرح:

الأولى: إن التجربة تقول: إنه في أعوام١٩٤٨ و١٩٥٦و ١٩٦٧كان العرب أكثر من الإسرائيليين وانهزم الكم من الكيف .

الثانية : إن بلادا مثل تايوان أو كوريا حققت نجاحات اقتصادية بسبب الكيف وليس الكم .

الثالثة : إن مصر لن تستطيع الوصول للكفاية مهما يزداد الإنتاج ما لم يواكبه نقص في السكان .

الرابعة : كل الأديان تحض على الكيف ، فكم من فئة قليلة استطاعت أن تهزم فئة كثيرة بإذن اله ، واستطاع السيد المسيح بإثنى عشر تلميذًا أن ينشر التعاليم في أرجاء المعمورة.

أما الحجة الخامسة والأخيرة فهي: أن العالم الثالث عندما يزيد عدده لن يكون قادرا على أن يغزوا الغرب ، بل سيغزوا بعضه بعضا لإعادة التوازن ثانية[٤٠]

وهكذا يؤكد كتاب جريدة الأهرام في طرحهم المؤيد لتنظيم الأسرة أن زيادة السكان لا تعنى التميز والقوة وأن العصر الذي نعيشه الذي يعتمد على العلم والإنتاج لن نحقق فيه مكانة بعدد السكان ، وإنما بتمييز القدرات والإمكانات التي يتمتع بها السكان ، ومن ثم فهم ينفون ما يقال عن وجود مؤامرة غربية ضد دول العالم الثالث لإنقاص عدد سكانها .

الصحف المعارضة :

نددت جريدة ((الشعب)) بدعوة تنظيم الأسرة التي تضمنتها وثيقة المؤتمر واعتبرتها دعوة امبريالية ومؤامرة غربية ضد الشعوب الإسلامية ، بل دعت الجريدة صراحة إلى تشجيع الزيادة السكانية ، والواقع أن الرغبة في مناهضة السياسات المصرية الرسمية يعد عاملا أساسيًّا في تفسير مواقف جريدة ((الشعب)) عمومًا فضلا عن أن تعبير الجريدة عن التيار الإسلامي يجعلها تأخذ مواقف متشددة من بعض القضايا في ضوء فهمها وتفسيراتها لأحكام الدين .

- قدمت الجريدة (٨) أطروحات تدعمها (١٠) حجج تؤكد على صحة الأطروحات ، وفى هذا الصدد يشير محمد حلمي مراد في طرحه إلى عدم وجود ضرورة للتعجيل في الدعوة للأخذ في بلادنا بتحديد النسل وخفض معدلات الإنجاب الذي يحاولون تغليفه بتسمية تنظيم الأسرة أخذًا بنصيحة غربية أو أمريكية أو دولية .

- ويقدم الكاتب ثلاث حجج نافية لضرورة تنظيم الأسرة على المستوى المصري فيقول في الحجة الأولى: لابد أن نتحقق أولا من أننا وصلنا بالفعل إلى العدد الأمثل للسكان في بلدنا الذي يعيننا على استزراع كافة أراضينا القابلة للزراعة واستغلال ثرواتنا الطبيعية. وتشير الحجة الثانية إلى أن الاستجابة لدعوة تنظيم الأسرة قد تركزت في الأسر المتعلقة ذات الدخل الميسور وهى القادرة على تنشئة أجيال صاعدة ، بينما استمر توالد الأطفال بنفس المعدل في الأسر الأمية والفقيرة ولا يجدون رعاية سليمة وتؤكد الحجة الثالثة أهمية إعادة توزيع السكان وفقًا لحملة عمرانية لتقليل التضخم السكاني في المناطق المكتضة[٤١] .

- وفى السياق نفسه يرى عادل حسين أن مؤتمر السكان يدعو لإبادة الشعوب المستضعفة من أصلها ، ولقتل المسلمين بشكل خاص دون إراقة دماء.. ويقدم حجتين للتدليل على ذلك ، الأولى: أن مقولة الغرب أن دعوتهم لوقف النمو السكاني في العالم الثالث ترجع إلى خوفهم من انتشار الفقر مقولة لا تقوم على أساس علمي . ثم من أين أتاهم كل هذا الحنان وهم الذين نهبوا ثرواتنا وفرضوا علينا التخلف الاقتصادي وأغرقونا في الديون. أما الحجة الثانية فتشير إلى أن الغرب يخشون من زيادة البشر في بلادنا لأنها تضرهم ونحاصرهم وتقضي على ظلمهم واستغلالهم.

وفى طرح أخر لعادل حسين يرفض مقولة إن زيادة السكان هي سبب الفقر. ويستند الكاتب في تأييد ذلك إلى تأكيده بأن كل التجارب التنموية الناجحة تحققت في مجتمعات كثيفة السكان ووسط معدلات مرتفعة من الزيادة السكانية(٤٣).

- ووصل الأمر بعادل حسين إلى أنه أفتى بعدم جواز تنظيم الأسرة، ويقدم في هذا الشأن طرحين ، الأول : أنه لا يجوز لمؤمن أو لمؤمنة أن يصدقا ما تنشره أجهزة الإعلان الرسمية من أن كثرة الإنجاب تخرب بيت الأمة والاقتصاد وتعتبر من علامات التخلف والعته. أما الطرح الثاني: بأنه لا يجوز لمتدين ذي قدرة مالية أن يسعى للاكتفاء بطفل أو طفلين وحجته في ذلك أن الضرورة التي ألجأت غيره لذلك لا توجد عنده(٤٤). ونلاحظ أن عادل حسين من حيث لا يعلم قد أكد في هذه الحجة أن الظروف المادية المتعسرة سبب مهم لتحديد النسل أو تنظيم الأسرة .

- ويرى د . محمود حماية رئيس قسم الدعوة بكلية أصول الدين بأسيوط في طرحه: أن الغرب وعلى رأسه أمريكا يكره كثرة المسلمين ويعمل على تقليل عددهم وإبادتهم ما استطاع لذلك سبيلا . ويقدم الكاتب حجتين تؤكد الأولى أن كثرة المسلمين تؤرق مضاجعهم ، ولذلك يفكرون في وسائل توقف هذا الخطر الزاحف والمتمثل في كثرة عدد المسلمين ، ويتساءل في الحجة الثانية هل

زيادة السكان تمثل مشكلة عند المسلمين دون غيرهم من خلق الله ، فهل مصر أقل وفى الإطار ذاته يلقى بيان الأخوان المسلمين باللائمة على السياسات الاستعمارية والاستبداد السياسي الذي جعل من الزيادة السكانية مشكلة ، ويشير البيان إلى أن الزيادة السكانية لم تكن خطرًا لو أن التنمية سارت في مسارها الطبيعي دون استبداد وفساد مالي ونهب للثروات الطبيعية في فترات الاحتلال العسكري(٤٦) .

- قدمت جريدة الأهالي طرحًا واحدًا تصاحبه حجة واحدة تؤيد تنظيم الأسرة وقد جاء الطرح على لسان د . محمد سيد طنطاوي مفتى الجمهورية في ذلك الوقت وذلك من خلال تغطية الجريدة لإحدى الندوات وجاء الطرح بأن من حق الزوجين اتخاذ قرار مشترك بتنظيم أسرتهما باختيارهما ، وباستخدام كافة الوسائل التي يقرها الطب . ودلل على هذا الطرح بأنه إن كان البعض دعوة الرسول بالتكاثر فإن هذا لا يتعارض مع تنظيم النسل ؛ لأن التفاخر لا يكون بالأسرة الهزيلة ولكن بالعقلاء النابهين(٤٧) .

يلاحظ في معالجة العربي لقضية تنظيم الأسرة أنها لم تقدم سوى طرح واحد يركز على إيجابيات الزيادة السكانية باعتبارها عاملاً مساعدًا في التنمية . وقدم هذا الطرح د . رمزي زكى حيث أشار إلى أنه آن الأوان لنتخلص من النظرة السكانية التقليدية التي تنظر إلى الزيادة في السكان على أنها شر محض ، وعامل سلبي واستند إلى ثلاث حجج لتعليل رأيه :

الحجة الأولى: إن الزيادة في السكان هي التي تعطى لمصر أهم عنصر من عناصر وجودها وهم البشر.

أما الحجة الثانية : فتركز على أن البلد ذا الوفرة السكانية يتميز بأنه يغلق سوقًا كبيرة ومتسعة مما يجعل هناك إمكانية لقيام صناعات تركز على طلب دائم .

الحجة الثالثة : إن مصر قادرة على أن تحقق المعجزات إذا استطاعت أن تحسن استخدام ثروتها البشرية ومواردها الطبيعية والمالية في إطار نموذج تنموي حضاري شامل يرتكز على الكفاءة والعدل(٤٨) .

-وهكذا يلاحظ على تغطية الصحافة المصرية سواء القومية أو الحزبية لقضية تنظيم الأسرة أنها استبعدت من التناول تأثير كثرة الحمل والولادة على صحة المرأة الريفية ، والمرأة في الأوساط الشعبية حيث لا تتمتع بخدمات صحية أثناء الحمل توفر لها أمومة سالمة ، وهو ما ركزت عليه الوثيقة. كما أن معالجة القضية صحفيًا لم تتعرض لصعوبة تربية ورعاية عدد كبير من الأطفال بالنسبة للمرأة سواء ماديًّا أو اجتماعيًّا أو نفسيًّا ... ٠من ثم فإن الصحف المصرية ركزت على البعدين الاقتصادي والاجتماعي والبعد الديني من أبعاد المشكلة السكانية دون اهتمام حقيقي بالمرأة المسؤولة لدرجة ما عن هذه الزيادة السكانية والمتحملة لأعبائها الثقيلة من ناحية أخرى.

٣- قضية الإجهاض(*)

-اتفقت كافة الصحف المصرية المدروسة في الدعوة لرفض الإجهاض كأحد وسائل تنظيم الأسرة ، إلا في الحالات التي تتعرض فيها صحة الأم أو حياتها للخطر.

- ومن خلال (ثلاث) أطروحات عالجت الأهرام تلك القضية ، الطرح الأول : من خلال إبراز تصريحات مستشار وزير الأعلام بأن مصر تعارض الإجهاض كوسيلة من وسائل تنظيم الأسرة ولا تقبل به إلا في المجالات النصوص عليها شرعًا.

- وأكد سلامة أحمد سلامة في طرحه: أن المشكلة السكانية لابد من مواجهتها ولكن ليس عن طريق إباحة الإجهاض أو إهدار منظومة من القيم التي تحدد هوية مجموعة كبيرة من الشعوب(٥٠).

- كما قدم الرئيس مبارك في تصريحاته المنشورة بجريدة الأهرام الطرح الثاني لدعوة الإجهاض إلا إذا كانت حالة المرأة تضطرها إلى ذلك بهدف حمايتها(٥١).

(*) انظر الجدول رقم (٣) في الملاحق.

- والواقع أن عنف هجوم جريدة الشعب ووصفها المؤتمر بأنه مؤتمر الإجهاض والشذوذ قد دفع السلطة السياسية في أعلى مستوياتها لنفى ذلك بهدف توفير القبول الشعبي للمؤتمر.

وحرصت العربي على أن تبرز الطرح الذي قدمه إمام المسجد الأقصى في الحوار الذي أجرته معه الجريدة والذي أكد فيه : ((نحن ضد الإجهاض من حيث المبدأ وهناك حالة استثنائية عند كون الجنين يمثل خطرًا على صحة الأم))[٥٢].

٤. ختان الإناث(*)

- كانت تغطية الصحافة ومعالجتها لقضية ختان الإناث رد فعل لما آثاره بعض الصحفيين عن قيام محطة C.N.N الفضائية بتصوير عملية ختان لفتاة مصرية أثناء انعقاد المؤتمر في القاهرة . من ثم وجدنا في بداية المعالجة إن كثيرًا من الكتابات الصحفية قد تعاملت مع هذا الموضوع على أساس رفضها انتهاك المحطة الفضائية لشأن خاص بمصر ، فيه تشويه لسمعتها أثناء انعقاد المؤتمر وليس على أساس رفضهم واستنكارهم لهذه العملية التي مازالت تجرى على صعيد واسع في مصر خاصة في الريف والمناطق الشعبية في المدن رغم ما بها من انتهاك لحقوق الطفلة الأنثى.

وتتابعت الكتابات حول موضوع ختان الإناث .. وإن كانت غالبية المعالجات قد أدانت الختان لما يسببه من متاعب صحية ونفسية للفتيات .

- وقدمت الأهرام (طرحين) في هذا الصدد يرفضان ختان الإناث ويصاحب ثلاث حجج مدللة على صحتهما .

- يقدم الطرح الأول من منظور طبي وزير الصحة في ذلك الوقت د. على عبد الفتاح حيث أكد أن ختان الإناث عادة غير صحية وغير سليمة تؤدي إلى أضرار بالغة بصحة الأنثى[٥٣].

(*) انظر الجدول رقم (٤) في الملاحق.

- كما يقدم د. عبد الغفار منصور طرحه من منظور ديني قائلا: ((إن القرآن الكريم والسنة لم يرد بهما أي نص يقر ختان الإناث بالرغم من أن القرآن الكريم ذكر جميع الأمور التي تهم المرأة)). ويقدم الكاتب ثلاث حجج ليدلل على ذلك، حيث ذكر **كحجة أولى** : أن الشيخ محمود شلتوت قال: إن ختان الإناث مكروه وليس واجبًا ، وأن تركه لا يستوجب الإثم .

والحجة الثانية : إن معظم البلاد الإسلامية التي تطبق الشريعة الإسلامية السعودية وإيران ، لا تلجأ إلى ختان الإناث . وتذكر الحجة الثالثة: إن الإسلام يرفض أي ضرر يلحق بجسم الإنسان[٥٤] .

- باستثناء جريدة الشعب التي أكدت أن ترك ختان الإناث يعد تركًا لما هو معلوم من الدين . فإن باقي الصحف المدروسة قد اتفقت مع موقف جريدة (الأهرام) المندد بالختان ، ومن هذه الصحف (الوفد) حيث قدمت عدد (٦) أطروحات تصاحبها (٧) حجج مؤكدة على صحتها مستعينة في ذلك بأسانيد دينية وطبية وقانونية .

- قدم د . سعد ظلام طرحه القائل ((الختان مكرمة للأنثى فقط وليس هناك تحريم لمن تركها)) ويستند في ذلك إلى حجتين : الأولى بأن الرسولﷺ مر على القابلة وقال لها: « اخفضي ولا تنهكي».. والثانية : إنه إذا حدث جور في الختان فإنه يضعف العملية الجنسية نتيجة فقد المرأة رغبتها .

- يقدم د . أحمد شلبي الطرح الثاني في الإطار نفسه حيث أكد أن الإسلام بريء من عملية الختان ، وليس لها جذور إسلامية على الإطلاق .

- وتستضيف الوفد عددًا من الأطباء لتأكيد المخاطر الطبية لعملية الختان منهم د. محمد صبحي الفيل الذي يؤكد في طرحه أن ختان البنات عملية همجية وليس لها أي فائدة ، ويقدم ثلاث حجج لتأكيد هذا الطرح ، **الحجة الأولى**: إن الختان يزيل عضوًا له أهمية من الناحية الفسيولوجية . **والحجة الثانية** : أن إجراء العملية نفسها يؤدى إلى حدوث نزيف شديد والتهابات صديدية لعدم تأهيل من يجريها . والحجة الثالثة : استخدام الآلات الغير معقمة يؤدى إلى الإصابة

بالأمراض التناسلية المختلفة .

– وقدم د . حسام لطفي الصرح القانوني ، حيث أكد أن الختان جناية طبقًا للمادة ٢٤٠ من قانون العقوبات وحجته في ذلك أن كل من أحدث بغيره جرحًا نشأ عنه قطع أو انفصال عضو ونشأت عنه عاهة يدخل في تلك المادة[٥٥] .

٥- قضية المساواة بين الرجل والمرأة[*]

– قادت جريدة الشعب الهجوم على ما تضمنته الوثيقة من الدعوة إلى المساواة بين المرأة والرجل حيث أكدت الجريدة أن المرأة المسلمة لا تريد تدخلا غريبا يطالب لها بحقوق قد أمنها الإسلام خير تأمين ومنذ زمان بعيد . وقد عبرت الصحيفة عن رفضها لدعوة المساواة من خلال طرحين ترافقهما [٧] حجج مدعمه .

– قدمت د. نعمات فؤاد [٥٦] طرحًا في هذا الصدد قائلة «إن التخطيط للنوع وهو الهدف الرئيسي للمؤتمر الذي يتوسل بدعوة المساواة ويتستر بعباءتها مخطط تعقد له المؤتمرات مرة باسم السكان ومرة باسم المرأة ، وهذه المؤتمرات ليست فقط إقحامًا على مصر، ولكنها إخراق آخر يتربص بمصر منذ عشر سنوات» وتقدم الكاتبة خمس حجج للتدليل على ذلك .

الحجة الأولى: إن طلب المساواة اعتراف بالدونية والمرأة في العالم الإسلامي تتمتع بمكان ومكانة تحسدها عليها الدول الأوربية والأمريكية **والحجة الثانية**: أن مفهوم المساواة في الأفق الإنساني لسنا في حاجة إلى تقديمه منحة من أحد، **والحجة الثالثة**: إذا كانت المسألة علمية بحته ، فلماذا لم يذكروا دور الإسلام في الارتفاع بالمرأة إنسانًا وعقلًا، زوجًا وأما. **الحجة الرابعة** : إذا كانوا يعتبرون وضع المرأة في العالم الثالث تبعية أو لونا من ألوان التبعية فلماذا لا يتحمسون لألوان التبعية الأخرى التي تظلم الرجل والمرأة أيضًا .

(*) انظر الجدول رقم (٥) في الملاحق.

- ويندد عادل حسين في طرحه بفكرة المساواة باعتبارها محاولة من الغرب لنقل مفاهيمهم وممارستهم إلى قلب مجتمعاتنا غرورًا واستكبار. ويقدم حجتين يؤكد بهما سوء غرض الغرب من تقديم دعوة المساواة .

الحجة الأولى: إن المجتمع الإسلامي علمنا حقوق المرأة وواجباتها **والحجة الثانية** : إن ما يسود المجتمع الغربي ويبشرون به أصبح مدمرا لمفهوم المساواة بين الرجل والمرأة(٥٧) .

ثانيًا : التغطية الصحفية لقضايا المرأة في مؤتمر بكين:

مقدمة . قضايا المرأة المثارة في المؤتمر :

عقد مؤتمر المرأة في الفترة من ٤-١٥ سبتمبر ١٩٩٥ في بكين عاصمة الصين . وشارك في أعمال المؤتمر ١٩٠ دولة فضلا عن عدم كبير من المنظمات غير الحكومية وساهمت مصر في المؤتمر بوفدين **أحدهما**: ترأسه حرم رئيس الجمهورية ، **والآخر** :أهلي يمثل المنظمات غير الحكومية .

وتضمن برنامج العمل عدة قضايا مهمة تخص المرأة من أهمها: (٥٨)

١ - تساوى النساء والرجال في الحقوق والكرامة الإنسانية وضمان الإعمال الكامل لحقوق الإنسان الخاصة بالمرأة والطفل .

٢- حرية الفكر والضمير والمعتقد على نحو يسهم في تلبية الاحتياجات المعنوية والأخلاقية والروحية للنساء.

٣- تمكين المرأة ومشاركتها الكاملة على قدم المساواة في جميع جوانب حياة المجتمع بما في ذلك عملية صنع القرار وبلوغ مواقع السلطة .

٤ - إن القضاء على الفقر بالاعتماد على النمو الاقتصادي المضطرد والتنمية الاجتماعية وحماية البيئة وتوفير العدالة الاجتماعية يقتضى إشراك المرأة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

٥- تعزيز الاستقلال الاقتصادي للمرأة بما في ذلك توفير فرص العمل لها والقضاء على عبء الفقر المستمر والمتزايد الواقع على المرأة من خلال معالجة

الأساليب الهيكلية للفقر وضمان تحقيق الإنتاجية والفرص والخدمات العامة .

٦- تعزيز التنمية المستديمة من خلال توفير التعليم الأساسي والتعليم المستمر مدى الحياة ومحو الأمية والتدريب والرعاية الصحية للفتيات والنساء .

٧- منع جميع أشكال العنف الموجه ضد المرأة والقضاء والقضايا عليه .

٨- ضمان المساواة بين المرأة والرجل في الحصول على التعليم ، والرعاية الصحية وتحسين الصحة الجنسية والإنجابية للمرأة .

٩- مضاعفة الجهود لضمان تمتع جميع النساء والفتيات تمتعًا كاملًا بحقوق الإنسان والحريات الأساسية بغض النظر عن الأصل العرقي، أو السن ، أو اللغة أو الثقافة أو الدين .

القضايا الخلافية في ضوء من مؤتمر وثيقة بكين :

تضمنت الوثيقة عدة جمل واردة بين قوسين بما يعنى أنها مثار خلاف وتحفظ من بعض الدول حسب الخصوصيات الثقافية للشعوب المختلفة وأهم الموضوعات التي أثير الجدل حولها :

- الطابع العالمي لحقوق الإنسان وفى قلبها حقوق المرأة والفتاة .
- الصحة الإنجابية وتشمل الاستشارات الجنسية خاصة للفتيات في سن مبكرة.
- حق المرأة في تقرير مصيرها فيما يتعلق من زاوية معدلات الإنجاب والعوامل الزمنية بينه .
- المساواة فى الميراث.
- أثر الاحتلال والسيطرة الأجنبية على المرأة .
- أثر سياسات إعادة الهيكلية على المرأة .
- توسيع نطاق الحرية المتاحة لعمل ونشاط المنظمات غير الحكومية .

وقد وقفت مصر مع عدد من الدول العربية والإسلامية ضد بعض

ما تضمنته وثيقة المؤتمر من بنود تتعارض مع الشريعة الإسلامية ، ومنها المساواة بين المرأة والرجل في الميراث لمخالفته لأحكام الدين ، ومن هذه الدول المغرب وليبيا وموريتانيا وتونس .

كما اعترضت معظم الدول العربية على الفقرة الخاصة بحرية المرأة في المسائل المتصلة بحياتها الجنسية والإنجابية وعلاقات المساواة بين الرجال والنساء في مسألتي العلاقات الجنسية والإنجاب والإجهاض .

وبصفة عامة أعلنت الدول العربية والإسلامية عن تحفظاتهم على كل ما من شأنه مخالفة الشريعة الإسلامية والقوانين الخاصة بكل بلد .

التغطية الصحفية لقضايا المؤتمر :

شهدت الساحة المصرية جدلا واسع النطاق حول المؤتمر العالمي للمرأة في بكين والوثيقة المطروحة فيه . وقد جاء الأزهر على رأس المؤسسات المنددة بالمؤتمر لما تضمنته بعض بنود الوثيقة من مبادئ رأي الأزهر أنها تناوئ الشريعة الإسلامية . كما وقف عدد من النقابات المهنية ذات التوجه الإسلامي موقفًا معارضًا للمؤتمر ومنها نقابة المحامين التي رفعت لافتة على مبنى النقابة تقول : «لا لمؤتمر بكين» كما عقدت نقابة الأطباء ندوة في هذا الإطار[٥٩] .

وكانت الصحافة هي الميدان الذي يعبر فيه كل من القوى المؤيدة والمعارضة للمؤتمر عن مواقفها . وبصفة عامة استند المعارضون للوثيقة على مخالفتها للقيم الدينية للأمة وأنها مؤامرة غربية تستهدف القيم الإسلامية وأنها تتضمن أولويات غربية لا تلزم المرأة المصرية وأنها تسعى إلى إشاعة الفوضى الأخلاقية أو طمس الفروق بين الجنسين خاصة مع استخدام الوثيقة لمصطلح (Gender) أو النوع .

- بالنسبة للصحف القومية الممثلة في جريدة (الأهرام) توجد عدة ملاحظات يجوز رصدها فيما يتعلق بمعالجات الجريدة لقضايا وفعاليات المؤتمر ووثيقته وما أثاره من بؤر نقاش وردود أفعال .

الملاحظة الأولى: إن جريدة الأهرام قدمت نقاشًا ثريًا وجدلا متنوعًا بشأن قضايا المرأة في مؤتمر بكين، شغل الجزء الأكبر من محاور صفعة قضايا وآراء والتي اتسعت لكتابات عديدة من خارج أعضاء الجهاز التحريري للجريدة وكتابها الدائمين، فضلًا عن الرؤى المقدمة في المقالات الدورية، وفي المقال الافتتاحي المعبر عن السياسة التحريرية للجريدة، بما يدل على الاهتمام الذي أولته الجريدة للمؤتمر وقد امتدت هذه المعالجات لتناول الموقف من المؤتمر ووثيقته وحق المرأة والموقف من قانون الجنسية وحرية المرأة وغير ذلك من القضايا المتنوعة.

الملاحظة الثانية: وتتعلق بالتغطية الصحفية لأحداث المؤتمر والتي قامت بها مراسلات ومندوبات الجريدة في المؤتمر. ونرصد هنا ملمحًا أساسيًا متمثلًا في كون التغطية الصحفية جاءت في غالبيتها تقريرية تقدم موجزًا عن أعمال المؤتمر في حين ندر الجانب التحليلي الذي يعرض رؤية شاملة. كما اتسمت التغطية الخبرية بالتركيز على نشاط وفد مصر الرسمي بصفة أساسية مما جعل الصيغة الغالبة هو رصد تلك الأنشطة وليس متابعة المؤتمر وقد خصصت الصحيفة مانشيت أحد أعدادها لفقرة من كلمة السيدة سوزان مبارك ثم عرض تفصيلي للكلمة في الخبر الرئيسي في الصفحة الأولى[٦٠].

الملاحظة الثالثة: على الرغم من أن الأهرام قد فتحت صفحاتها لبعض الآراء المناوئة للمؤتمر ووثيقته إلا أنها حرصت على التأكيد على التزام الوفد المصري الرسمي بكل القيم والمعايير الدينية والأخلاقية وأنه سيجرى تمصير الوثيقة مما يجعلها تتناسب مع ظروفنا وقيمنا.

وهكذا تأتي عناوين الأخبار دالة في هذا الصدد، فنقل على لسان د. أمينة الجندي أمين عام المجلس القومي للطفولة والأمومة أن «موقف مصر بمؤتمر بكين مع الشريعة الإسلامية»[٦١].

كما تنشر خبرًا عن مباركة د. طنطاوي مفتى الجمهورية آنذاك لمشاركة الوفد المصري في المؤتمر بدعوى أنه فرصة لعرض وجهة النظر الإسلامية[٦٢].

إضافة لما سبق تنشر الجريدة بيان وفد مصر الرسمي في الجلسة الختامية للمؤتمر تحت عنوان يعكس المعنى السابق «مصر ستنفذ وثيقة بكين بما لا يتعارض مع السياسة الوطنية والقيم الدينية والأخلاقية»(٦٣) كما تنقل الجريدة تصريحات لوزير السكان يقول فيه «وثيقة المؤتمر سيجرى تمصيرها»(٦٤).

الملاحظة الرابعة: عمدت الأهرام إلى نشر النص الكامل لبيان مجمع البحوث الإسلامية الذي يرأسه شيخ الأزهر والذي حمل إدانة وتنديدًا بالمؤتمر ووثيقته تحت عنوان « بيان من مجمع البحوث الإسلامية بالأزهر الشريف»(٦٥)

في حين أن الأهرام لم تنشر بيان الأزهر ضد مؤتمر السكان المنعقد عام ١٩٩٤ ، ولعل تفسير هذه المفارقة يكمن في أن نشر بيان الأزهر ضد مؤتمر السكان كان يعني هجومًا مباشرًا على القيادة السياسية التي استضافت المؤتمر في القاهرة الدولي ورحبت به في حين أن مؤتمر المرأة يعقد في بكين وتمثل مصر مثلها مثل باقي الدول.

- أما مجلة روز اليوسف فجاءت معالجتها في إطار سياسة تحريرية ترتكز على الإثارة ، على الرغم من أنها تزعم أنها تحمل مشعل التنوير في مصر مما كان يتوقع له أن تعالج قضايا المرأة في المؤتمر في إطار من المناقشات والمعالجات الموضوعية وبدلًا من أن تقوم برصد مسارات النقاش في اللجان المختلفة وإثارة مشكلات المرأة المصرية ، إلا أنها وبمناسبة عقد مؤتمر بكين قدمت المجلة ملفًا كاملًا تحت عنوان «عواصف بكين» (٦٦) تدلل موضوعاته على ما سبق أن ذكرناه.

وكان غلاف الملف تحتله صورة كبيرة لفتاة شبه عارية تقابلها صورة صغيرة لفتاة منقبة وتأتى عناوين الملف كما يلي: « نساء للبيع» «اغتصاب النساء» .. تعرض ٧٠٪ من الموظفات للتحرش الجنسي في مصر «المرأة العاملة في غرفة النوم» ، « هل صحيح أن أغلب أهل النار من النساء». «زواج ضد المنابر» ، « المسدس في رأسها والعصمة في يدها ولكنها لن تتركه».

أما محتوى الموضوعات التي جاءت تحت هذه العناوين فكانت كالتالي:

-فتحت عنوان ((عواصف بكين)) : حقيقة الكلام عن الجنس الثالث)) وبدلًا من أن يقدم التقرير النقاش الذي دار حول مفهوم كلمة Gender ومسار الخلافات في هذا الصدد يميل الموضوع نحو الإثارة ، وخاصة مناطقها المفضلة لدى ((روز اليوسف)) ألا وهي الجنس.

- وفى ذات الملف يقدم الصحفي وائل الإبراشي تقريرًا بعنوان ((نساء على قوائم التكفير)) ، ويتطرق الموضوع إلى إهدار الجماعات الإسلامية دماء عدد من النساء العربيات بسبب مواقفهن وآرائهن المتحررة والجريئة .

- وبدلًا من أن تسعى (روزاليوسف) إلى كشف ومعالجة قضايا ومشكلات المرأة العاملة اهتمت فقط أن تتحرى أخبار غرف نوم العاملات في تقرير بعنوان ((المرأة العاملة في غرفة النوم)) ، ويتطرق الموضوع إلى طبيعة التكوين الجسدي للمرأة واختلاف أدوارها باختلاف المجتمعات ، دون التطرق لهدف معين ، كما أن التقرير لم يشر على الإطلاق إلى المرأة المصرية ، بل هو طرح عام لا يتناول وقائع محددة ، وكان الهدف منه الإثارة فقط .

-وتتوالى الدلائل على أهداف هذا الملف ، حيث يتم تقديم موضوع آخر تحت عنوان ((نساء للبيع)) لا يهدف سوى نشر إحصائيات عن البغاء في العالم، فضلًا عن استخدام عناوين فرعية مثيرة مثل ((٣ آلاف نادي متعة)) في الولايات المتحدة ، ((٢٧٠ألف اتصال جنسي في ألمانيا)) ، ((نجوم هوليود يترددون على محلات ونوادي الجنس)).

-ويقدم عبد الله كمال تقريرًا عن قضية د. نصر حامد أبو زيد وزوجته تحت عنوان زواج ضد المنابر، ويعرض أسامة سلام لنتائج دراسة أجرتها جمعية النديم والمرأة الجديدة ونهضة مصر على ١٥٠٠ امرأة عاملة . ونقل التقرير عن الدراسة أنه من بين المبعوثات قالت امرأة واحدة إنه لم يقع عليها اعتداء بدني أو نفسي سواء في المنزل أو العمل أو الشارع . وأن ٦٦٪ من نساء البحث يتعرضن للإهانة في أماكن عملهن وتأخذ هذه الإهانة طابعًا جنسيًا . وفى مقال بعنوان ((هل صحيح أن أغلب أهل النار من النساء)) يكتب إبراهيم عيسى مفسرًا وصف الله تعالى النساء بأن كيدهن عظيم .

- يتضح من ذلك أن روز اليوسف قد استغلت مؤتمر المرأة ليس لعرض موضوعات تهم المرأة المصرية ولكن لزيادة التوزيع من خلال استخدام كافة آليات الإثارة الصحفية. ويبدو ذلك بصورة واضحة في الكاريكاتير الذي قدمه الرسام جمعة في صفحتين ، حيث بلغ قمة السطحية والاستخفاف في معالجة قضايا المرأة .. فيبدو في إحدى الصور الكاريكاتيرية رجلًا يقرأ جريدة وعنوانًا بارزًا يقول : ((مؤتمر بكين يناقش أوضاع المرأة)) ، بينما يدور في ذهن الرجل صورة لفراش نوم ، ويقدم رسما لامرأة تقف بين رجلين تقول لهما: إن المرأة نصف المجتمع ، بينما الرجلان يترجمان تلك المقولة إلى تجزئة المرأة أمامهما إلى نصفين مثيرين . وفى رسم لامرأتين في وضع الحمل تقول إحداهما للأخرى: ((هو وضع المرأة عايز بحث ما هو طول عمره بعد ٩ شهور)).

يضاف إلى ذلك ما نشره الرسام وتحت عنوان ((إعلان المؤتمر)) مبنى ترفرف عليه رايتان، **إحداهما** :خاصة بالأمم المتحدة ، **والأخرى**: عبارة عن ملابس داخلية نسائية .. وتستمر الرسوم على هذا النحو من الأسفاف والابتذال دون تناول لقضايا المرأة الحقيقية .

- وفى عدد الجريدة التالي الصادر في ٤ سبتمبر ، أجرت المجلة حوارًا مع د. ماهر مهران وزير السكان أكد فيه أن مصر لن تلتزم بتوصيات المؤتمر غير الملائمة لها، وأن الوثيقة ذاتها ليست ملزمة لأي دولة .

- وبصفة عامة كانت أفضل المعالجات التي نشرت في مجلة ((روز اليوسف)) حول مؤتمر المرأة ما قدمته د . شيرين أبو النجا في رصدها لفعاليات المؤتمر وذلك من خلال تقريرين نشرا في عددين متتابعين[٦٧] جاء الأول بعنوان ((رسالة مؤتمر المرأة)) عرضت فيه لأعمال المؤتمر الخاصة بالمنظمات غير الحكومية والذي يدور حول موضوع ((العنف الموجه ضد المرأة .. وحقوق المرأة في الإسلام)) وركزت على العوامل التي أضعفت مناقشة المحور الخاص بحقوق المرأة في الإسلام ومنها احتدام النقاش والتعارض بين أفكار الحركة النسوية الغربية وبين الإسلام وجاء التقرير الثاني بعنوان ((معارك النساء تحت سور

الصين العظيم)) تعرضت فيه لأعمال ورش العمل المنعقدة على هامش المؤتمر ورصدت مواقف وفود السودان وإيران والمعلومات المضللة التي قدماها عن المرأة في بلديهما.

الصحف الحزبية المعارضة :

- قادت صحيفة (الشعب) كعادتها جبهة المعارضة الصحفية للمؤتمر ووثيقته حيث اتضح من رصد وتحليل معالجات جريدة الشعب لأحداثه وقضاياه وما تضمنه من بنود ، طابع التنديد الشامل لكل أعمال وفعاليات المؤتمر وهي إدانة تستمد أساسها من خلال الإصرار على أن المؤتمر هو حلقة من حلقات الهيمنة الغربية تستهدف زعزعة القيم الإسلامية وإشاعة الفجور والفساد كما وصفوا مؤتمر المرأة بأنه استمرار لما تم في مؤتمر السكان بالقاهرة ولتمرير القرارات التي لم تتم في القاهرة وبصفة عامة عبأت جريدة الشعب كافة جهودها لمهاجمة المؤتمر وقد تمثل ذلك في الآتي - ظهر أول تعليق لجريدة الشعب عن المؤتمر في تقرير قدمه أحد محرري الجريدة بشأن وثيقة المؤتمر وجاءت عناوينه على النحو التالي : [٦٨] ((في مؤتمر بكين : تحريم الختان وتجاهل الاغتصاب . الوفد المصري في المؤتمر سيفاجأ بوثيقة لم يطلع عليها)).. وحمل التقرير إدانة لوفد مصر الرسمي وتحريضًا مباشرًا ضده» إذا يقول: ((ويبقى الآن نداء أخير إلى كل نساء مصر المسلمات العفيفات أن يرجمن هذا المؤتمر ويضعن وثيقته تحت الأقدام)).

- عنيت الجريدة برفض الأزهر للمؤتمر إذ تصدر وعلى صدر صفحتها الأولى خبر رئيسي تحت عنوان ((الأزهر يعلن رسميًا رفضه وثيقة مؤتمر المرأة ببكين))[٦٩] وتنشر الجريدة في متن الخبر فقرات من بيان مجمع البحوث الإسلامية الذي يرأسه شيخ الأزهر، والذي يتحدث فيه عن تعارض المؤتمر مع القيم الدينية والتقاليد الإسلامية الراسخة . وتنشر الجريدة وعلى صفحتها الثالثة في العدد نفسه نص البيان الكامل لشيخ الأزهر وتضع له عنوانًا يحمل طابع الإدانة والاتهام ((بيان من مجمع البحوث الإسلامية بالأزهر حول مؤتمر بكين : المؤتمر يهدف إلى تدمير الأسرة ويخالف قيمنا الدينية))[٧٠] .

- وفى الإطار نفسه تنشر الشعب بيانًا لعدد من المفكرين والكتاب من ذوي التوجه الإسلامي يعلنون فيه إدانتهم لبعض ما تضمنته الوثيقة من بنود وأفكار . ووضعت (الشعب) لهذا البيان عنوانًا ينص على ((الغزالي والقرضاوي وعمارة وهويدي وأبو شقة يوجهون رسالة عن مؤتمر بكين)) وفى الصفحة الثالثة من العدد نفسه تنشر الجريدة نص البيان الذي وقعه الأساتذة السابقون تحت عناوين ((رفض شامل لمؤتمر بكين المشبوه)) ، ((علماء الإسلام يدينون المؤتمر وينادون بمواجهته)) رسالة إلى نساء العالم : نحذر من وثيقة مؤتمر بكين التي تبيح الشذوذ والزنا وتعارض الزواج المبكر[٧١] وعلى الرغم من هذه العناوين التي تدل على إدانة كاملة من هؤلاء المفكرين للمؤتمر إلا أن نص البيان تجده قد احتوى على عدة جوانب رأى كتابه أنها إيجابية في وثيقة المؤتمر. إلا أن صياغة العناوين التي وضعتها الشعب للبيان تؤكد التحيز وبها كثير من التضليل.

-وتستمر الجريدة في تعبيرها عن رفض المؤتمر فتنشر تقريرًا عن المؤتمر تؤكد في عناوينها تصاعد ردود الفعل ضد الوثيقة حيث ترصد الجهات التي أعلنت رفضها مثل علماء الأزهر ورابطة العالم الإسلامي في مكة والمتحدث باسم الفاتيكان كما بدأت الصحيفة في تخصيص صفعة كاملة لمناهضة المؤتمر للتعويض بأعماله فتنشر بيان هيئة كبار العلماء بالسعودية كاملًا تحت عنوان ((وثيقة المؤتمر إباحة صريحة لممارسات الزنا))[٧٢] .

- في إطار السياسة التحريرية لجريدة (الأهالي) من حيث تركيزها على الأبعاد الاقتصادية للأحداث واتخاذها مدخلا وأساسًا لمعالجاتها ، إضافة إلى نظرتها إلى الرجل والمرأة معًا ككيان كلي غير منفصل ، جاءت تغطيتها لأحداث مؤتمر بكين لتركز على تأثير سياسات التكيف الهيكلي للإصلاح الاقتصادي على التنمية ومستويات معيشة رجال و نساء الطبقات الكادحة .

- كما يلاحظ إدانة الأهالي للوثيقة الرسمية المصرية من المنطلق ذاته حيث وصفتها بأنها تقرير بيروقراطي حول تطور وضع المرأة في مصر دون إشارة لمشكلات التنمية والفقر، وتجاهل الوثيقة للتأثيرات السلبية لسياسات التكيف

الهيكلي (٧٣). وقدمت الصحفية تحقيقًا صحفيًا يطرح قيام الأعضاء الحكوميين في الوفد المصري بإخفاء الوثيقة المصرية حتى قبل أسبوع واحد من المؤتمر، وأن هذه الوثيقة ليس لها علاقة بواقع النساء المصريات كما ذكر التحقيق أن أوراق الجمعيات الأهلية قد تم تشويهها على يد المنسق الإقليمي - لمنتدى بكين - المصري الجنسية (٧٤).

إلا أن الصحيفة قد نشرت في الوقت نفسه خبرًا يتضمن الإشادة من قبل اتحاد النساء التقدمي بحزب التجمع بمشروع الوثيقة ووصفه بأنه يشخص الأوضاع المتردية للمرأة المصرية.

- قدمت الأهالي عددًا من الأخبار تتعلق بتشكيل الوفد المصري الرسمي ونشاطه في مؤتمر المرأة، مع عرض للأفكار الرئيسية في كلمة السيدة سوزان مبارك التي ألقتها في المؤتمر وجاء ذلك ضمن الصفحة التي خصصتها الجريدة للمؤتمر وقضاياه (٧٥). كما نشرت الجريدة تصريحا لمفتي الجمهورية يحمل مباركته للمشاركة المصرية في المؤتمر تحت عنوان المفتى يؤيد المشاركة.

- ركزت جريدة (العربي) في تغطيتها للمؤتمر على الجانب التقريري الإخباري في الغالب وغاب إلى درجة ما عنصر التعليق وطرح الرؤى وكانت أول إشارة للمؤتمر في عدد ٢٤ أفسطس حيث قدمت الجريدة تقريرًا يشير إلى استعداد الصين لاستضافة المؤتمر والإجراءات الأمنية التبعة جاء تحت عنوان نساء يبعثن عن المتاعب. وفي العدد التالي قدمت الجريدة تقريرًا عن الأحداث والقضايا المثارة في المؤتمر دون تعليق عليها، حيث اكتفت بنقل الأحداث ومسارات النقاش داخل قاعات المؤتمر، وعرض جوانب القبول والرفض لبنود الوثيقة من قبل الوفود المختلفة (٧٦). إلا أنه يلاحظ أن عنوان التقرير كان يحمل رأيا تهكميا على الأفكار المثارة في المؤتمر حيث جاء فيه: «في مؤتمر بكين الزواج لا يهم والشريك من أي نوع».

- استغلت الصحيفة أحداث المؤتمر للهجوم على إيران وأوضاع المرأة بها فنشرت الجريدة تقريرًا يعرض لأوضاع المرأة في إيران بعد ثورة الخميني

عام ١٩٧٩ وأنه لم يعد للمرأة الإيرانية حق سوى النقاب الذي أصبح يشكل علامة قومية النظام الإيراني[٧٧] ، وجاء العنوان على النحو السابق من التهكم فيقول: ((في طهران طلق زوجتك وادفع لها أجر خادمة)). وتحت عنوان السعودية تتهم مؤتمر بكين بإباحة الزنى وتدعو لمقاطعته ، نشرت (العربي) خبرًا عن اتهام السعودية للمؤتمر من خلال بيان أصدرته هيئة كبار العلماء بالسعودية ، أن الوثيقة تبيح الزنى وغيره من الفواجع ، وتشجيع العلاقات الجنسية خارج الزواج[٧٨] .

- نشرت العربي عدة تقارير من مراسلة الجريدة في المؤتمر يشير إحداها إلى الحصار والتضييق الذي فرضته حكومة الصين على المشاركات في منتدى المنظمات غير الحكومية[٧٩] كما عرض لجلسات النقاش وما صاحبها من ضجيج وصخب[٨٠] .

- وإن كان يلاحظ أن (العربي) قد نقدت إهمال الوثيقة لمحور التنمية وتقديم تصوراتها لحل مشكلة الفقر بمنح المؤسسات المالية قروضًا للمرأة حيث رأت الجريدة أن هذا لا يمثل بديلًا لاستراتيجية تنموية متكاملة[٨١] .

- حرصت جريدة (الوفد) على إبراز البيان الذي أرسله شيخ الأزهر للرئيس مبارك ورئيس الوزراء يحذر فيه ، كما جاء في الخبر، من وثيقة المؤتمر الداعية للفجور والفسق . كما نشرت الوفد عددًا من الأخبار تسجل فيها أحداث المؤتمر دون تعليق.

- عبرت د . كاميليا شكري عن الجانب المؤيد للمؤتمر في جريدة الوفد حيث كتبت مقالًا تحدد فيه إيجابيات المؤتمر، في حين عبر أحمد أبو الفتوح عن إدانته للمؤتمر ووثيقته.

مواقف الصحافة المصرية من قضايا المرأة في بكين:

١- الموقف من المؤتمر وبنود الوثيقة التي أصدرت عنه : (*)

فتحت الأهرام صفحاتها لكافة الآراء المؤيدة والمعارضة للمؤتمر، وقد

(*) انظر الجدول رقم (٦) في الملاحق.

نجم عن ذلك جدل ونقاش بين مجموعتين من الأطروحات والتي يمكن عرضها فيما يلي: المجموعة الأولى من الأطروحات : وهي التي تقدم دعمًا للمؤتمر ووثيقته وتؤكد على النفع العائد والإيجابيات المتحققة وتهاجم المعارضين بدعوى أنهم مغرضون ومتميزون ، ولم يطلعوا على وثيقة المؤتمر، وقدم المؤيدون في هذا الصدد ٩ أطروحات تمثل ٥٣٪ من مجموع الأطروحات ترافقهم ١٢ حجة مدعمة ، وقدم د . سعد الدين إبراهيم طرحه في هذا الصدد فيصف المهاجمين للمؤتمر بأنهم إما أعداء للمرأة ولقضية المساواة ، أم أن لديهم مشكلة مع المرأة أو لديهم مشكلة مع الحكومة ويستغلون موضوع بكين كما استغلوا مؤتمر السكان لإحراجها وابتزازها [٨٢] . ويقدم الكاتب حجتين **الأولى:** أن الهدف الرئيسي للمؤتمر هو مناقشة وإقرار خطة عمل كانت قد أعلنت منذ عشر سنوات في المؤتمر العالمي الثالث للمرأة من ١٩٨٥ ، أي: أنها لم تبتدع مبادئ جديدة . أما **الحجة الثانية** : فأشارت إلى أن نفس الفريق الذي يهاجم مؤتمر المرأة هم من شنوا حملة شعواء ضد مؤتمر السكان ولا نجد في هجومهم اقتباسًا واحدًا كاملًا من مسودة وثيقة بكين ، بل مجرد الإيحاءات والاتهامات المغرضة .

- وتقدم بهيرة مختار الطرح الثاني المدافع عن المشاركات في المؤتمر مشيرة إلى أن القيادات النسائية الذاهبة إلى المؤتمر هدفها الدفاع عن أحلام البنات في المساواة بينها وبين الولد في التعليم والصحة والوصول إلى المناصب القيادية وتؤكد الكاتبة أحقية البنت في التمتع بالمساواة بينها وبين الولد من خلال حجج تشير إلى حجم مشاركة المرأة خاصة في القطاع الزراعي واستندت في ذلك إلى تقرير التنمية البشرية لسنة ١٩٩٥ الذي أعده برنامج الأمم المتحدة الإنمائي الذي يشير إلى أن عدد النساء العاملات في القطاع الزراعي في كثير من البلدان الأفريقية يصل إلى ما يزيد على ٦٠٪ وتمثل مساهمتهن قرابة ٨٠٪ من المنتجات الغذائية ولا يتلقون سوى ١٠٪ من القروض المقدمة لصغار المزارعين ، و١٪ من مجموع القروض المخصصة للزراعة . أما الحجة الثانية فتشير إلى أن ٢٣٪ من الأسر المصرية تعولها نساء [٨٣] .

ويعرض صلاح منتصر الطرح الثالث في هذا الصدد ويدعو فيه لمناقشة أفكار المؤتمر لأن مقاطعة مناقشة الوثيقة مهما يكن محتواها معناه عجز من قاطعوا المؤتمر عن تبادل الحجم ر والأفكار والآراء مع الآخرين(٨٤) .

ويدلل على ذلك بحجتين ، الأولى: من خلال سؤال استنكاري يقول: ((فهل وصل الإسلام إلى حد العجز عن دحض حجج الآخرين؟)) وترى الحجة الثانية أن وثيقة بكين هي قضايا الأسرة والمجتمع لمختلف شعوب العالم بتناقضات أفكارها وإفرازات تطورها ولابد أن ينعكس هذا على الوثيقة .

- ويقدم بطرس غالى السكرتير العام للأمم المتحدة طرحا في هذا الصدد من خلال مقال نشر له في جريدة الأهرام يؤكد فيه على إيجابيات المؤتمر وينفي ما يشاع عنه حيث وصفه بأنه مؤتمر لحماية الأسرة والدفاع عن حقوقها انطلاقًا من القناعة الدولية والتوافق الدولي في الرأي على أن الأسرة هي نصف المجتمع ويستدل الكاتب على ذلك بأن المرأة هي نصف المجتمع وهى أيضًا على المستوى الدولي نصف المجتمع الدولي تأثيرها يتحدد به سلبًا أو إيجابًا بدرجة التقدم والمساواة والمشاركة الفعالة للمرأة في مختلف مجالات التنمية(٨٥) .

- ومن خلال المقال الافتتاحي للأهرام المعبر عن سياستها التحريرية ومواقفها من القضايا المختلفة أكدت الأهرام على تأيدها للمؤتمر وعملت على دحض أقوال المعارضين من خلال نفى ما يردده هؤلاء من أن هدف المؤتمر هو محاولة النساء في الدول المتقدمة فرض أنماط سلوكية على سائر مجتمعات العالم ويستند في ذلك إلى حجتين ، **الأولى**: ترى أن هؤلاء النساء إنما يعبرن عن الاحتجاج ضد المظالم التي مازلن يعانين منها . أما **الحجة الثانية فهي** أن الهدف الأساسي للمؤتمر هو إلقاء الضوء على المشكلات أو المظالم التي تتعرض لها النساء في مختلف دول العالم وتبادل المعلومات والتعرف على أحوال النساء في مختلف تلك الدول(٨٦) .

- كما تقدم د . إيناس طه أطروحتين تؤيد وتدعم الوثيقة حيث ترى أن الزعم بأن الوثيقة تستهدف تفكيك الأسرة لا أساس له من الصحة وتقدم حجة مبررة تعكس بها هذا الطرح حيث ترى أن الوثيقة تستهدف تفكيك مظاهر

الخلل أو الظلم الذي يقع أحيانًا بحق النساء في نطاق الأسرة . أما الأطروحة الثانية فتؤكد على عدم تعارض الوثيقة مع الأديان حيث أكدت احترامها الكامل لمختلف القيم الدينية ، والخلفيات الحضارية ، والقناعات الفلسفية لكل شعوبها[٨٧] .

– ويعرض د . عادل أبو زهرة طرحه المؤيد للمؤتمر من خلال نفى وجود مؤامرة غربية على ثقافتنا ومعتقداتنا ويستند الكاتب إلى حجة هي أن المشكلة الحقيقية في موقف المعارضين لا علاقة لها بالغرب بل في موقفهم من المرأة ورؤيتهم لدورها في الحياة[٨٨] وفى الإطار نفسه النافي للانفلات الديني والخلقي للمؤتمر ، يقدم نبيل عمر طرحًا بهذا المعنى وحجته في ذلك أن الوثيقة ليست معنية أصلًا بأوضاع المرأة في الديانات السماوية ولا الوضعية وإنما على الواقع والمشكلات الفعلية اليومية للمرأة[٨٩] .

– وهكذا يبدو من قراءة خطاب الأهرام في شأن تأييد المؤتمر ووثيقته أنه في معظمه يرتكز إلى أقوال المعارضين ويحاول نفيها وإثبات خطئها والتأكيد على أن المعارضين لم يقرؤوا الوثيقة أو أن لهم موقفًا مسبقًا معاد للمرأة .

أما الأطروحات التي جاءت تدين المؤتمر ووثيقته فبلغت ٨أطروحات تمثل ٤٧.١٪ من جملة الأطروحات المقدمة بشأن الموقف من مؤتمر المرأة ووثيقته وقد صاحبتها ١٦ حجة مدعمة لها تتوسل بسبل شتى لتأكيد صحة المقولات . وجاء الطرح الأول مبكرًا نسبيًا وقبل شهرين من انعقاد المؤتمر وقدمته د . زينب عبد العزيز في رسالة للكاتب أحمد بهجت نشرها داخل زاويته اليومية «صندوق الدنيا» ، ويلاحظ أن الكاتبة قد حملت حملة شعواء ضد مؤتمر السكان في سلسلة مقالات كانت جريدة (الشعب) نشرتها لها قبل فترة انعقاد المؤتمر وهو أمر له دلالته في وجود كتابتها داخل زاوية أحمد بهجت ، وتقول في طرحها: « الوثيقة بحالتها هذه تثير الريبة في أنها ترمى إلى هدف واحد هو تحديد النسل مع العمل على إغراق المرأة بشتى الوسائل في كافة المهام والتطلعات حتى تنسى وظيفتها الأولى التي خلقها الله من أجلها وهي الأمومة . وتقدم الكاتبة

حجة تستند بها وهى أن مؤتمر المرأة امتداد لمؤتمر السكان ومحاولة لتمرير ما لم يمر هنا[٩٠].

- يقدم فهمي هويدي الطرح الثاني الذي يدين وثيقة المؤتمر حيث يرى أن مشكلة وثيقة بكين أنها أجرت تشخصيًا مغلوطًا لقضية المرأة ، فى الوقت ذاته قدمت لها روشتة خطيرة ومليئة بالألغام . ويدعم الكاتب طرحه بخمس حجج: **الحجة الأولى**: أن الوثيقة بمثابة فصل جديد في دستور العالم ، الذي يطمح دعاته من الدول الكبرى من خلاله إلى ضبط حركة العالم وتوجيهها وفقًا للرؤى والمصالح الغربية . وترى **الحجة الثانية** أن الوثيقة تقدم ٣٦٢ توصية تعكس رؤية المشروع الغربي للمرأة والأسرة . وتندد **الحجة الثالثة** بالمنظمات النسائية الغربية التي وصفها (بالفلتانة) والتي نجحت في أن تضع بصماتها على الوثيقة . ويستشهد في **الحجة الرابعة** بأن إحدى الباحثات الغربيات في دراسة كتبتها ذكرت أن جماعات الشاذات جنسيًا كان لهن دور نشيط في مناقشات اللجنة التحضيرية للوثيقة، وأخيرًا يرى الكاتب أن الوثيقة تبدو وكأنها عريضة مطالب مقدمة إلى المجتمع الدولي لا تتحدث إلا عن حقوق المرأة الضائعة والمهدرة دون أن يظهر فيها مكان لواجبات من أي نوع [٩١].

- وفى طرح آخر يندد فهمي هويدي بمفهوم الـ Gender حيث يعلن الكاتب استياءه من هذا المصطلح الذي تكرر في الوثيقة أكثر من ثلاثمائة مرة؛ وذلك لأنها تهدف إلى طمس الفروق الطبيعية بين الذكر والأنثى . كما يتعجب الكاتب في الطرح نفسه من الإسراف (المدهش) في التعامل مع قضية الجنس؛ إذ ذكرت الكلمة أكثر من مائة مرة وأقحمت في مختلف ميادين الحياة الإنسانية . ويقدم فهمي هويدي حجتين فيقول: ((إن باب الممارسات الجنسية مفتوح على مصراعيه بشرط واحد وهو مراعاة الأمان، والذي يفهم على أنه ألا تؤدى الممارسة إلى الإصابة بالإيدز ، وترى **الحجة الثانية** أن الوثيقة تشير إلى أن الإجهاض مرحب به إذا توفرت له شروط الأمان[٩٢].

- تطرح نوال السعداوى رفضها للمؤتمر من منطلق آخر حيث ترى أن

مثل هذه المؤتمرات العائد منها لا يتساوى مع الجهود المبذولة في تنظيمها والإعداد لها والإنفاق عليها ، وتستند في ذلك إلى أن الطريق إلى تحرير النساء لا يكون في بكين أو كوبنهاجن وإنما الطريق لابد أن يبدأ من هنا من المكان الذي ولدنا فيه ونموت فيه(٩٣) .

- ويقدم علي عياد الطرح الذي يؤكد فيه المزايا التي منحها الإسلام للمرأة في مقابل مؤتمر بكين ، حيث يقول ((ما الذي سيضيف مؤتمر بكين للمرأة ، فالإسلام منح المرأة حقوقًا وسار في شوط المساواة حتى نهايته ، إن الهدف من هذه المؤتمرات هو فرض هيمنة الغرب الثقافية على شعوب العالم الثالث التي مازالت تحتفظ بتقاليد وقيم إنسانية نابعة من بيئتها وعقيدتها(٩٤) ويقدم الكاتب ثلاث حجج مدعمة الأولى أن الإسلام منح المرأة حقوقًا لا تزال محل نزاع حتى في أرقى الأمم . وتستمر الحجج في التدليل على أن القرآن الكريم قد كرم المرأة فيقول: ((القرآن الكريم كان أول ما قرره وأكده أن البشرية تدين بوجودها إلى الذكر والأنثى مجتمعين لا فضل لأحدهما على الآخر إلا بالعمل الصالح)) وأن القرآن جعل المرأة مسؤولة عن جميع أعمالها مسؤولية الرجل على السواء وتقاس أعمالها بنفس المقياس.

- ويتهم د . عادل صادق الوثيقة بأنها ضد الفسيولوجيا والتاريخ والقيم ويقدم الكاتب حجتين مدللتين على صحة الطرح . **الأولى**: أن الحدود التي يضعها الله تتفق مع فطرة الإنسان وقدراته والأدوار تتكامل ولا تتعارض، وتقدم **الحجة الثانية** إدانة للنساء المهتمات بقضايا المرأة . حيث يؤكد أن المتصديات لهذه القضايا من النساء سواء في مصر أو في أي مكان في العالم إنما يتحركن من واقعهن الشخصي وليس من الواقع التاريخي الثابت والمؤكد(٩٥) .

-ويرى د. محمد سليم العوا أن وثيقة بكين أثارت ردود فعل غاضبة في العالم الإسلامي بسبب تعارض بعض بنودها مع القيم التي جاءت بها الأديان خاصة الإسلام فضلا عن محاولة فرض النموذج الاجتماعي الغربي(٩٦) .

- أما الطرح الأخير في هذا الصدد فيقدمه حسن دوح حيث يرى أن الخطأ

الجسيم لهذا المؤتمر في كون المقصود منه تشكيل إنسان جديد له مواصفات خاصة تتفق مع عقلية القرن الحادي والعشرين دون أن ترجع للماضي ويقدم الكاتب حجة واحدة مدعمة حيث يرى أن المرأة تم إنقاذ وجودها وحياتها بفضل الإسلام ، فأنقذوها من الوأد خشية الفقر والعار وجعلها رائدة وأستاذة ومصلحة [٩٧] .

- وهكذا نجد أن الطرح الرافض لوثيقة المؤتمر استند إلى مرجعية ترتكز على وجود مؤامرة غربية وأن المرأة المسلمة قد أعطاها الإسلام كل ما تحتاج إليه وما يتفق مع تكوينها الطبيعي والنفسي.

الصحف الحزبية المعارضة :

قدمت جريدة (الشعب) في معالجتها الصحفية لمؤتمر المرأة ووثيقته ٥ أطروحات ترافقها ١٠ حجم مدعمة لها ومبررة لصحة منطلقاتها وكلها ١٠٠٪ تحمل الإدانة والرفض وتنطلق هذه الأطروحات من منطلق أن الوثيقة تهدم الأسرة والمجتمع وأنها تقنن الزنى والإباحية وأنها ضد مبادئ الدين .

- ويقدم صبحي البحيري طرحًا يؤكد أن الوثيقة تهدم الأسرة والمجتمع، حيث جاءت كل بنودها تطالب بهدم الأسرة والمرأة والزواج والأبناء وهدم الدين . ويدلل الكاتب على صحة طرحه من خلال ثلاث حجم مدعمة، تقول **الأولى**: إنه لم يذكر اسم الله مطلقًا على مدى فصول الوثيقة الإحدى عشرة وتدعم **الحجة الثانية** ما سبق بأن كلمة الأمومة والأم لم ترد في الوثيقة سوى ٦ مرات وكلمة الزواج لم تذكر مرة واحدة . وأخيرًا تستدل **الحجة الثالثة** على الطابع الهدام للأسرة بأن بنود الوثيقة كلها تتحدث عن العلاقة بين الرجل والمرأة ، بعيدًا تمامًا عن مفهوم الأسرة المتعارف عليه في كل بلاد العالم . وينطلق الطرح الثاني للكاتب من كون الوثيقة تقفز الزنى حيث يقول: ((إن وثيقة المؤتمر ليست أكثر من فصل رفضته كل الوفود في مؤتمر السكان بالقاهرة ، فصل تقنين الزنى وذبح وهدم الدين تحت رعاية الأمم المتحدة ، ويقدم الكاتب ثلاث حجج مدللة هي على التوالي: ((تطالب الوثيقة بضرورة مساعدة المراهقة الحامل وهو زنى لم تطالب الوثيقة بمحاربته بل طالبت بدعمه)).

وتشير الحجة الثانية إلى أن الوثيقة تطالب وتصر على إدخال التعليم الجنسي والإنجابي ضمن الخدمات التعليمية المقدمة للأطفال، وتطالب الوثيقة بأن تكون وسائل منع الحمل متداولة بوفرة وفى متناول الجميع ، وتستدل الأطروحة في حجتها الثالثة بأنه جاء في الوثيقة أيضًا أن أعمال المرأة داخل بيتها يعتبر من الأعمال غير المنتجة[٩٨].

– وفى السياق ذاته يقدم د . سيد رزق الطويل طرحه بأن الوثيقة لا تسيء إلى القيم فحسب ولا إلى الدين ، ولكنها تسيء إلى الإنسانية كلها . ويدلل على ذلك أن الوثيقة جعلت الأسرة التي أساسها الذكر والأنثى تشكيلا حيوانيًا بهيميًا وهي تدعو إلى إقامة علاقات بين أبناء الجنس الواحد[٩٩].

– يعلن د . عبد الغفار عزيز في طرحه أن القصد من هذا المؤتمر هو محاربة الدين والقضاء على قوة المسلمين، ويدعم الكاتب هذا الطرح بحجتين يدلل بهما على محاربة المؤتمر للإسلام ، **الأولى**: «أن الإسلام يدعو لكثرة الإنجاب وأنهم تأكدوا أن الشعوب الإسلامية خلال العشرين عامًا القادمة سوف يتزايد عدد السكان بها بشكل كبير بينهما يعانى الغرب من ثبات عدد سكانه». وتقول **الحجة الثانية**: إن الغرب يرى أن هذه الأخلاق التي وردت بالوثيقة لو سادت بين المسلمين فسوف تخور قواهم وينهار مشروعهم الحضاري وبالتالي يسهل السيطرة عليهم[١٠٠].

– وتنشر الجريدة بيان هيئة كبار العلماء بالسعودية الذي يقدم طرحًا يؤكد على أن الوثيقة ومنهاج عمل المؤتمر مخالف لما شرعه الله، والإلزام بنبذ كل ما جاء عن الله بها إذ كان يخالف ما يدعو إليه المؤتمر. واستند الطرح إلى حجة أن المرأة المسلمة لا تواجهها مشكلة من حيث مكانتها في المجتمع ، فقد كفلت لها الشريعة الإسلامية جميع حقوقها ، وصانتها من الابتذال والإذلال، وأعطتها من الحقوق ما يناسب تكوينها[١٠١].

– قدمت الأهالي ٥ أطروحات ترافقها ٥ حجج مدعمة تؤكد على صحة الأطروحات وكلها تحمل الموافقة والتأييد والدفاع عن المؤتمر ووثيقته في

مواجهة المنددين . ويقدم د . سعد الدين إبراهيم طرحين في هذا الصدد . يعرض في الطرح الأول ((القول بأن الوثيقة وثيقة زنى وفحش وشذوذ هو نوع من الافتراء .))

- ويؤكد الكاتب كذب الذين يدينون الوثيقة قائلا ((أتحدى أيا من هؤلاء أن يكون قرأ الوثيقة أو يستشهد بنص واحد أو كلمة واحدة في الوثيقة يذكر ذلك أو تشير إليه)) ، وينفي الطرح الثاني مناهضة الوثيقة للأديان((إنه افتراء القول بأن الوثيقة تجاهلت الأسرة والأديان السماوية)) وأشار الكاتب إلى أن نص الفقرة ٣٠ والفقرة ٣١ وهما يؤكدان على أهمية دور الأسرة ودور الأديان السماوية كمصدر للطاقة الروحية والإلهام الإنساني(١٠٢) .

- وفي حوار أجرته الأهالي مع د . ماهر مهران وزير السكان في ذلك الوقت يؤكد في طرحه المدافع عن وثيقة المؤتمر ((إن القول بأن مشروع وثيقة المؤتمر يدعو للانحراف الأخلاقي هو فهم سيء القصد لما جاء في مشروع الوثيقة ويدلل على ذلك بقوله : إن مثل هذا الحديث)) هو نوع من التغرير بعقول البسطاء من قبل أصحاب الاتجاه التدميري(١٠٣) .

- وترى فريدة النقاش في طرحها أن مشروع وثيقة المؤتمر إنما ينطلق من النقطة الأخيرة التي وصلت إليها منظومة حقوق الإنسان العالمية بعد كفاح طويل للبشرية (١٠٤) وتدلل على ذلك بأن الوثيقة تنطلق من مبدأ المساواة الكاملة بين البشر جميعًا نساءً ورجالًا، سودًا وبيضًا وصفرًا ، مسلمين وبوذيين ويهود ولا دينيين .

- ويقدم خليل عبد الكريم طرحًا يهاجم فيه المعارضين للوثيقة حيث يرى أنهم انطلقوا من قاعدة ضرورة الحفاظ على قيم أو تقاليد ينسبونها للدين لإيقاع الرهبة في النفوس ويدلل على خطأ هؤلاء بأنهم لا يعرفون تلك القيم والتقاليد على حقيقتها (١٠٥) .

- قدمت جريدة الوفد موقفين متعارضين ، أحدهما تقدمه د . كاميليا شكري في طرحها المدافع عن المؤتمر والذي تعتبره وقفة انطلاق إذ تقول:((إن

محاولة رسم استراتيجيات تحدد أي الطرق ستسلك لمواجهة ما سوف يجئ في القرن الحادي والعشرين)) ، وتقدم الكاتبة حجتين تؤكدان على أهمية هذا المؤتمر **الحجة الأولى**: أن مراحل الإعداد للمؤتمر نفسه ساعدت على تحريك المجتمعات سواء المحلية أو العالمية تجاه قضايا المرأة، **والحجة الثانية**: أن مؤتمر بكين حدد ووزع المسؤوليات على المجتمع الدولي والحكومات والقطاع الأهلي من أجل أن يشارك الجميع في إقصاء أي مظهر للتميز ضد المرأة(١٠٦).

- في مواجهة هذا الطرح يقدم أحمد أبو الفتح إدانة شاملة للمؤتمر واصفًا إياه مؤتمر تدمير الأسرة ويؤكد أنه ضد كل مبادئ الأديان ويقدم في هذا الصدد أطروحة واحدة ترافقها خمس حجج مدللة على صحتها لتأكيد وجهة نظر الأطروحة التي تقول: ((إن الإسلام والمسيحية ضد القرارات التي تم اتخاذها في مؤتمر المرأة والتي ستعرض للموافقة في المؤتمر)).

وتتوالى الحجج التي تأتى على هيئة تساؤلات استنكارية نافية كما يلي :

((هل بناء الأسرة يقوي بموافقة الآباء والأمهات للصبية والصبيات بممارسة علاقة جنسية؟)).

((هل من مصلحة الأسر قبول الشذوذ الجنسي؟)).

أما **الحجة الرابعة** فتقول: ((إن الله يأمر في عظيم أحكامه على إيقاع العقوبات التي تصل إلى الجلد والرجم لمن يتبع أي بند من البنود التي نالت الموافقة والإقرار من اللجان المتخصصة للتحضير للمؤتمر)). وتجيء الحجة الخامسة منفرة لمجرد المشاركة ، ذلك أن مؤتمر بكين سيجمع كل أصحاب الشذوذ الجنسي، ولن يكون منبرًا مناسبًا للخطب التي تشرح الإسلام كما يقول الداعون للمؤتمر(١٠٧).

٢- موقف الصحافة من حرية المرأة والمساواة بين الجنسين : (*)

تعد قضية المساواة بين الرجل والمرأة من أكثر القضايا التي لاقت جدلًا واسعًا بشأنها حيث قدمت المعالجات ٤ أطروحات بنسبة (٤. ٤٤٪) لتأييد دعوة

(*) انظر الجدول رقم (٧) في الملاحق.

المساواة مع تدعيمها بأربعة حجج بينما قدمت ٥ أطروحات مناقضة لهذه الدعوة بما يمثل (٥٥.٦٪) ترافقها ٨حجج مدعمة لها، وتركزت في مجملها في نفي المساواة كتماثل تام وتطابق ونبذ دعوة المساواة في المواريث لتناقضها مع الشريعة الإسلامية .

-قدمت الأهرام ٤ أطروحات تؤيد دعوة المساواة عرضها كل من د. نادر فرجاني ود. سامية خضر، و د . صابر عمار، ود . هدى الشناوي.

- ويشير د . صابر عمار في طرحه إلى ضرورة أن تتضمن برامج الأحزاب الحفاظ على مكاسب المرأة ودعمها في مشروع قانون العمل الجديد ، ومنح المرأة العاملة الفرصة كاملة للترقي بغير قيود القانون ٥لسنة ١٩٩١ الخاص باختيار القيادات الإدارية[١٠٨] .

- ويطالب د . نادر فرجاني بالتساوي في الدور وفى المكانة الاجتماعية بين الرجل والمرأة وأن يصلن إلى ما يتناسب مع مساهمتهن الحيوية في المجتمع ، ويقدم الكاتب ثلاث حجج تؤكد على صحة الطرح . **الحجة الأولى**: أن النساء يعانين من مكانة اجتماعية أدنى من الرجال في جميع الأعمال ، أما **الحجة الثانية** : وتشير إلى أن وجود قيود اجتماعية قاسية تهمش النساء فالمرأة لا تعتبر بوجه عام كائنًا اجتماعيًا مستقلا، وتذهب **الحجة الثالثة** : إلى أن البنات تعاني في المناطق الأفقر خاصة في الريف من استبعاد أوسع من التعليم[١٠٩] .

- وتشير د. سامية خضر في الطرح الثالث إلى ضرورة عدم التمييز والتفرقة بين الذكور والإناث ؛لأن ذلك يتعارض مع الدستور الذي كفل المساواة[١١٠] .

- وتطالب د . هدى الشناوي بضرورة تبنى ورفع شعار التساوي التام بين الجنسين في الحقوق والأعمال وفى الذات والشعور والعقل ، وتدعم الكاتبة لهذا الطرح بحجة تتميز بقدر كبير من المبالغة فتقول: ((لأننا نحارب وننبذ بشدة تلك الموضوعات المشوهة التي أملتها الطبيعة البشرية وعوامل القهر والرجعية وننبذ فكرة التسيد الذكوري ولعبة السيطرة وعضلات القوة))[١١١] .

وفي مواجهة هذه الأطروحات تأتي معالجات تنبذ دعوة المساواة منطلقة من عدة اعتبارات :-

الاعتبار الأول: رفض فكرة التماثل بين الجنسين . ويقدم فهمي هويدي

طرحه في هذا الصدد قائلًا: « إن المساواة القائمة على التماثل فكرة ساذجة وغبية في آن واحد ويبرر الكاتب رفض الفكرة بحجتين ، **الأولى**: أن هذه الفكرة تسقط الفوارق بين الناس التي هي متصلة بطبائع البشر ولا علاقة لها بأفضلية أحد على أحد وتشير **الحجة الثانية**: أن المساواة فكرة غبية لأنها توفر مبررًا لكي لا يعطى كل واحد ما يستحقه[١١٢].

الاعتبار الثاني : وهو رفض فكرة التساوي في الميراث مع ملاحظة أن لوفد مصر وغيرها من الدول الإسلامية دورًا كبيرًا في تعديل البند الخاص بالمساواة بين الولد والبنت في الوثيقة حيث كان ينص مشروع الوثيقة على تساوي نصيب كل منهما فجاء التعديل بأن تتساوى البنت مع الولد في أن ترث . وبصفة عامة كانت مجهودات مصر في هذا الصدد في العناوين الرئيسية لمعظم لصحت المصرية.

- عبرت جريدة الأهرام عن رأيها في ذلك الموضوع من خلال تحقيق نشر في صفحة فكر ودين ، طرح فيه أن نظام المواريث وما يخص المرأة في الإسلام هو العدل والمتفق مع واقع طبيعة ودور المرأة . وتم تقديم حجتين مدعمتين لهذا الطرح . **الحجة الأولى**: أن المرأة قبل الإسلام كانت محرومة من الميراث فأنصفها وجعل لها حقًا . **والحجة الثانية**: أن العدل ليس في المساواة المطلقة وإنما في التوازن بين الحقوق والواجبات ، وبين الموارد والأعباء ، وأن تمييز الرجل ، يرجع إلى الالتزامات المالية التي تقع على كاهله ، فالإسلام فرض عليه القوامة وإعالة الأسرة[١١٣].

- يقدم الكاتب أحمد صلاح الدين الطرح الثاني في هذا الصدد حيث يرى أن دعوة التساوي لنصيب المرأة بالرجل هو دعوة خاطئة، وصاحب الطرح حجتين تؤكدان تكريم الإسلام للمرأة والحكمة في عدم التساوي فتشير الحجة الأولى أن المرأة ، قبل الإسلام كانت هي نفسها تورث كأصل من أصول التركة . أما الحجة الثانية فتبرر عدم التساوي بأن الرجل في الإسلام هو المكلف أصلا بالإنفاق على الأسرة والمرأة ليست مكلفة حتى بالإنفاق على نفسها[١٤].

- قدمت روز اليوسف طرحًا مؤيدًا لقضية المساواة بين الرجل والمرأة وذلك من خلال مقال محمود التهامي الذي يرد فيه على موقف الأزهر من المؤتمر

حيث جاء الطرح في رسالة بعثتها د . شيرين أبو النجا نشرها محمود التهامي في داخل المقال أكدت فيها على مطلب المساواة وأنها حق أساسي وتقدم مبرراتها هذا الصدد من خلال ثلاث حجج تؤكد جميعها أن الإسلام قد ساوى بين الجنسين فتتساءل **الحجة الأولى**: «أليست هذه المساواة هي التي كرم بها الإسلام المرأة» **والحجة الثانية**: أن ما يقال عن التنافس الذي تنادى به الوثيقة هو من قبل المبالغة . أما الحجة الثالثة فتتساءل ، ألم تكن النساء في عصر الرسول ﷺ متكافئات مع الرجال في العمل والعلم وقرض الشعر ويطلبن الطلاق، ويسألن ويعترضن ؟(١١٥) .

الصحف الحزبية المعارضة :

قدمت جريدة (الشعب) طرحين ترافقهما ثلاث حجج يرفضان دعوة المساواة . وتقول **الحجة الأولى** في هذا الصدد والتي جاءت في بيان هيئة كبار العلماء بالسعودية: «إن المرء يستشعر في جميع أجزاء الوثيقة دعوة مغلوطة إلى التماثل التام ، والتطابق الكامل بين الجنسين». ويستند الطرح إلى حجة تستدل على أن المساواة في الإسلام لا تعنى التماثل .. رغم أن الإسلام ساوى بين الرجل والمرأة في أصل الخلقة من نفس واحدة ، والمسؤولية، وساوى بينهما في ثواب الله عز وجل وفي عمارة الأرض، وفى حق التملك والمسؤولية عن البيت وفى ممارسة العمل المهني(١١٦) .

- يقدم الطرح الثاني (للشعب) لدعوة تحرير المرأة ومساواتها بالرجل اتهاما بأنها تسعى إلى تحرير المرأة من القيم والأخلاق الفاضلة وجعلها كالحيوان يتم افتراسه في أي وقت ومن أي شخص(١١٧) . ويتم تدعيم الأطروحة بحجتين مدعمتين ترى **الأولى**: أن منهجهم الذي أتوا به يبيح للمرأة أن تصادق من تشاء الحجة الثانية دعوة الحرية ؛لأن الإسلام أعطى المرأة من الحقوق بقدر ما كانت مسلوبة ومضطهدة ومظلومة قبل الإسلام وأي انحراف عن هذا المنهج سوف يضربها ولن يضيف لها جديد

- قدمت «العربي» طرحًا واحدًا فيما يختص بقضية حرية المرأة ومساواتها بالرجل وذلك من خلال مقال للكاتبة منى حلمي تصاحبه ثلاث حجج تدافع عن حرية المرأة بالإباحية حيث تتساءل في طرحها «لماذا لا يرى البعض حرية

المرأة إلا مرادفًا للانحلال والإباحية وإثارة الفوضى؟)). وتتساءل أيضًا في الحجة الأولى ((ما العلاقة بين طموح المرأة إلى الحرية والمساواة، وبين ضياع الأخلاق ومخالفة الشرائع؟)).

وتؤكد **الحجة الثانية**: أن المرأة الحرة هي الأكثر قدرة على الفعل المسؤول الذي ينهض بها وبمجتمعها. وتدين الحجة الثالثة المعارضين لدعوة الحرية والمساواة قائلة: ((إن الربط العضوي دائم التكرار بين تحرير النساء عن جهة وبين الأخلاق والتقاليد يعنى أن المرأة في نظر البعض ليست إلا كائنًا قاصرًا عاجزًا عن تمييز السلوك السليم وكائن تحركه غرائزه دون ضبط[١١٨].

٣- موقف الصحافة من اشتغال المرأة بالعمل السياسي:

قدمت جريدة الأهرام أطروحتين تناقشان أهمية مشاركة المرأة في العمل السياسي. دعم الطرح الأول حق المرأة في الممارسات السياسية بل تأييد رئاسة المرأة لحزب سياسي وتواجدها على الساحة السياسية من جديد وكانت مناسبة هذا الطرح إقدام أول سيدة مصرية لتأسيس حزب ورئاسته واستدل الطرح على أن ((المرأة لم تلاق مشقة، وهل وجدت تاتشر مشقة عندما رأست الوزارة في بريطانيا أو وجدت بنظير بوتو مشقة في إدارة بلادها؟ [١١٩].

وقدم د. عبد المجيد فراج الطرح الثاني في هذا الصدد يدعو لإنشاء حزب للمرأة يكون امتدادًا لفكر درية شفيق مؤسسة حزب أو جماعة بنت النيل. ويقدم الكاتب حجة تدعم الطرح وتبرره من منطلق أن ذلك سيكون انجازًا كبيرًا أن يولد حزب للمرأة تختلط فيه الأفكار الشعبية للجماهير بأفكار الصفوة ويصبح الحزب حريصًا على هذه الأفكار [١٢٠].

- من الملاحظ أن أثناء انعقاد المؤتمر وفي فترة الإعداد له لم يكن هناك اهتمام كبير من جانب الصحف المصرية بمعالجة هذه القضية إلا أنه يلاحظ أن هذا الموضوع قد عولج بكثرة، وأدلت معظم الصحف بدلوها في هذا الشأن بمناسبة الانتخابات التي أجريت في العام نفسه ومن ثم وجدنا الصحف خاصة الصفحات الخاصة بالمرأة تعنى بتشجيع المرأة على المشاركة في الانتخابات كما قدمت الصحف الحزبية الدعم والتأييد للنساء المرشحات على مبادئ الحزب.

موقف الأهرام من عدة قضايا تتعلق بالمرأة:

ساعد الصدور اليومي لجريدة الأهرام على تناولها للعديد من القضايا الخاصة بالمرأة، والتي ندرت معالجتها في الصحف الأخرى ذات الصدور الأسبوعي، ومنها: قضايا الختان، والطفلة الأنثى، وقانون الجنسية ، وحق المرأة المطلقة في مسكن الزوجية .

أولا : قضية الختان:

قدمت الأهرام طرحين في هذا الصدد تصاحبهما ٥ حجج ضد إجراء عملية الختان للأنثى.

- قدم د . عبد العظيم رمضان طرحًا يناهض عمليات الختان في مصر مستشهدًا بأثارها السلبية النفسية والطبية حيث يقدم طرحه القائل: لابد من الرفض الكامل والمطلق للعمليات غير الإنسانية لختان الإناث ، ويؤكد طرحه من خلال ثلاث حجج ، ترى الحجة الأولى : ((أن لهذه العملية أثرها المدمر على كيان الأسرة وعلى نفسية المرأة)) وتستشهد الحجة الثانية : بالأثر السلب فسيولوجيًا حيث تتعرض الأنثى للحرمان من عضو طبيعي خلقة الله لها وتنفى الحجة الثالثة الصلة الدينية بالختان، فلا توجد أية إشارة إلى ختان الأنثى في القرآن الكريم ، وما هو منسوب للرسول ﷺ قال عنه الشيخ سيد سابق إنها أحاديث ضعيفة[١٢١] .

- قدمت الطرح الثاني في هذا الشأن د . نوال السعداوي حيث جاء طرحها ردًا على قرار وزير الصحة بإجراء عمليات الختان في العقوبة على من يجريها خارج هذا النطاق . حيث أكدت على ضرورة إلغاء هذه العملية تمامًا واستندت في ذلك إلى أن قطع عضو من جسد المرأة يسلبها القوة النفسية للدفاع عن كونها إنسانًا وليس عبدًا[١٢٢] .

ثانيًا : قضايا الطفلة (الأنثى)

حرصت الأهرام على المتابعة الخبرية لما أثارته الوثيقة من مناقشات في أروقة المؤتمر فيما يتعلق بالطفلة الأنثى كما اهتمت برصد واقع الطفلة المصرية وذلك من خلال ٣ أطروحات تؤكد جميعها على التمايز بين الولد والبنت جاء

الطرح الأول في هذا الصدد مؤكدًا أن الطفلة وان كانت تشارك الطفل الذكر في مشكلات ثلاث إلا أن الطفلة هي الأكثر تعرضًا ومواجهة لهذه المشكلات التي تتركز في التسرب من التعليم الأساسي، وارتفاع نسبة عمالتها، وغياب حقوق الطفلة العاملة [١٢٣] .

- وترى سامية خضر أن نساء مصر مع مثقفيها لم يستطيعوا التضامن لانتشال السواد الأعظم من الفتيات من البؤس والفقر والمرض والجهل والانهيار الحضاري [١٢٤] . وتقدم الطرح الثالث السيدة كارول بيلا المدير التنفيذي بمنظمة اليونيسيف والتي ترى أن قضية الفتاة هي واحدة من أهم قضايا المرأة وتشير إلى أن الفتاة تعانى من التفرقة بينها وبين الفتى في فرص التعليم والصحة والغذاء وهي التي تقوم بالأعمال المنزلية كالبحث عن المياه والوقود ورعاية الأخوات.

ثالثًا: قانون الجنسية

قدمت الجريدة طرحًا يؤكد حق أبناء المرأة المتزوجة من أجنبي في الحصول على الجنسية ، عرضه صابر عمار حيث أكد على ضرورة أن تتضمن البرامج الخاصة بالأحزاب ومرشحيها تعديلًا لقانون الجنسية بما يحقق المساواة لأبناء الزوجة المصرية من زوج أجنبي بمنحه جنسية الأم بشرط التنازل عن جنسية الأب [١٢٦] .

في إطار الاهتمام بقوانين الأحوال الشخصية فيما يختص بحقوق المرأة المطلقة أكد الكاتب صابر عمار في طرحه ضرورة إعادة النظر في قوانين الإسكان وإقرار حق الزوجة المطلقة في الاحتفاظ بمسكن الزوجية بغض النظر عن كونها حاضنة أم لا [١٢٧] .

مناقشات النتائج والاستخلاصات العامة

عن تغطية الصحافة لقضايا المرأة في ؤتمر السكان ١٩٩٤ ومؤتمر بكين ١٩٩٥

١ - على الرغم مما تضمنته الوثيقتان اللتان خرجتا عن المؤتمرين من بنود تشخص وتعالج بعض المشكلات التي تعانى منها المرأة ، إلا أن الصحافة المصرية قد ركزت اهتمامها على قضايا لا تشكل أولوية للمرأة المصرية في إطار قيمنا وتقاليدنا التي تستمد من الدين الإسلامي وغيره من موروثات ثقافية والتي تجعل من مسائل مثل الإجهاض والحرية الجنسية وغيرها من قضايا خلافية على الصعيد العالمي والصحفي قضايا محسومة بالنسبة للمرأة المصرية حيث إن لها قناعاتها الخاصة بشأنها .

٢- ويرجع السبب في ذلك أن الصحف التي لها مواقف مؤيدة من قضايا المرأة وأحقيتها في أن تشارك بفعالية في قضايا مجتمعها، قد انساقت بوعي أو بدون وعى إلى حصر نفسها فقط في رد الفعل لما تثيره الصحف المعارضة للمؤتمرين من آراء وأفكار التي رأت أن الهدف منها هو إباحة وتقنين الشذوذ والإجهاض والزنى.. ومن ثم فإن الأهرام (على سبيل المثال) قد اكتفت بالمرجعية الإسلامية لدحض أقوال المعارضة وقد أدى ذلك – أي اتخاذ مواقف رد الفعل - إلى غياب كثير من القضايا المهمة التي تشكل أولويات اهتمام المرأة المصرية . ومن ثم ضاعت فرصة مهمة على المرأة في أن تبسط الصحافة قضاياها ومشكلاتها التي تعانى منها أمام الرأي العام وأمام المسؤولين مما يمكن أن يساعدها على تكوين وعى عام بأهمية دور المرأة في المجتمع ويساندها كي تتخلص من العقبات التي تواجهها .

٣- كشفت الدراسة أن عددًا من الكتاب المتحمسين لقضايا المرأة قد وقعوا في فخ التبعية لأجندة اهتمامات غربية تعني المرأة الغربية في الأساس مما يساعد على إغفال خصوصية قضايا المرأة المصرية في ضوء الأوضاع الفكرية والسياسية والاقتصادية السائدة في المجتمع ، فالمشاركة السياسية ونفاذ المرأة إلى

مراكز صنع القرار أمر هام ولكنه لا يتساوى في أهميته بالتأكيد مع الدعوة إلى محو أمية النساء، أو إنقاذ النساء في الريف والعشوائيات في المدن مما يعانين من فقر ومرض فضلا عن تعسف الرجل ضدهن في تلك الأوساط . وعلى الرغم من إيماني الخاص أن تلك المشكلات (الأمية والفقر والبطالة) وغيرها هي مشكلات مجتمع يعانى منها الرجل والمرأة معًا ولكن وقعها دائمًا يكون أشد وطأة على المرأة في ضوء القهر الاجتماعي والاستبعاد الذي يمارس ضدها أو تمارسه ضد نفسها نتيجة إحساسها بالدونية.

٤- عبرت ((الأهرام)) في أغلب معالجاتها لقضايا المرأة في مؤتمر السكان عن وجهة النظر الرسمية وفتحت صفحاتها للرد على المعارضين . في حين أنها فيما يتعلق بمؤتمر بكين أفسحت مساحة للمعارضين لما تضمنته وثيقة المؤتمر من أفكار تخص المرأة إلا أن الصحيفة في تغطيتها الخبرية قد حرصت دائمًا على إبراز تمسك مصر بالمحافظة على قيمها الدينية ، ورفض كل ما من شأنه أن يتعارض مع الدين الإسلامي والخصوصية الثقافية للشعب المصري.

٥- كانت جريدة ((الأهرام)) من خلال تغطيتها للمؤتمرين أكثر الصحف حرصًا على عدم استنزاف جهودها الصحفية في التعرض لموضوعات خلافية غير مجدية فى الوقت نفسه محسومة . حيث برزت عنايتها ببعد التنمية وعلاقته بالسكان وتأثير الفقر والتفاوت بين دول الشمال والجنوب على التنمية . وذلك في إطار معالجتها لمؤتمر السكان . كما ركزت بالنسبة لمؤتمر المرأة على تأثير سياسات التكيف الهيكلي للإصلاح الاقتصادي على التنمية ومستويات معيشة رجال ونساء الطبقات الكادحة .

٦- اتخذت جريدة العربي موقفاً مؤيدًا لمؤتمر السكان وانعقاده بالقاهرة ونشرت ما يحمل إشادتها بالقيادة السياسية لقدراتها على إنجاح المؤتمر. إلا أنها ندد بما تضمنته الوثيقة من تشجيع للقطاع الخاص وربط التمويل الدولي بالتحول إلى اقتصاد السوق . كما أكدت في إطار تغطيتها لمؤتمر بكين على أن أحوال المرأة لن تتحسن إلا في ظل إستراتيجية تنموية . وبصفة عامة غلب على التغطية الصحفية لجريدة (العربي) الصبغة التقريرية .

٧- استغلت ‹الوفد› عقد مؤتمر السكان بالقاهرة والصراع الذي نشب حول بنود وثيقته كأداة للصراع السياسي والحزبي مع الحكومة ومن ثم نجد أنها اتخذت مواقف رفض لا تتفق مع توجهها الليبرالي. واعتمدت في الغالب على التغطية الخبرية التقريرية لمؤتمر المرأة ببكين كما أنها أكدت رفضها لكل ما يمس القيم الدينية .

٨-قادت جريدة ‹الشعب › الهجوم الضاري ضد المؤتمرين وخصصت صفحاتها لتأكيد أن الوثيقتين الصادرتين عنهما إنما تهدفان إلى هدم الأسرة ، وتقنين الزنى ، وتشجيع الشذوذ ،ومحاربة الدين . كما اعتبرت أن الوثيقتين إنما ينبعان عن مؤامرة غربية للقضاء على الإسلام ، وفرض أنماط سلوكية غربية على المرأة المسلمة . مما وجه كافة المعالجات الصحفية في هذا الإطار ، فالصحف المؤيدة للمؤتمرين تسعى جاهدة لنبذ ونفى هذا الطرح ، أما الآراء المعارضة فتحاول أن تستند إلى حجج وأدلة لتأكيد ما تنشره ‹‹الشعب››.

ومن ثم فلن نكون مبالغين إذا أكدنا أن الشعب قد وجهت أسلوب التغطية الصحفية للمؤتمرين في معظم الصحف المدروسة .

الهوامش

(١) مارلين تادوس وآخرون ، المواطنة المنقوصة ، تهميش المرأة في مصر (القاهرة مركز الدراسات والمعلومات القانونية لحقوق الإنسان، ١٩٩٥) ، ص ١٣.
(٢) إيناس طه ، مؤتمر بكين بين الخصوصية والعالمية ، كراسات إستراتيجية السنة الخامسة ، العدد ٣٢ القاهرة : مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية في الأهرام ، ١٩٩٥) ص ٢.
(٣) تقرير المؤتمر العالمي الرابع المعنى بالمرأة ٤- ١٥ سبتمبر ١٩٩٥ ، الأمم المتحدة ، ص ١٧ .
(٤) إيناس طه ، مرجع سابق ء ص ٢٠.
(٥) مارلين نصر ، التصور القومي في فكر جمال عبد الناصر (١٩٥٢-١٩٧٠) دراسة في علم المفردات والدلالة ط١ (القاهرة : دار المستقبل الغربي، ١٩٨١) ص ٥٣-٥٤.
(٦) المؤتمر الدولي للسكان والتنمية ، إدارة الأمم المتحدة للإعلام ، موجز لبرنامج العمل الصادر عن المؤتمر الدولي المعنى بالسكان والتنمية ٥ – ١٣ سبتمبر.
(٧) الأهرام ٣٠/ ٨/ ١٩٩٤، ص٣.
(٨) الأهرام ٤/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص ٧.
(٩) الأهرام ١/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص ١.
(١٠) الأهرام ٤/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص ٧.
(١١) الأهرام ٧/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص ١ .
(١٢) الأهرام ٨/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص ١ .
(١٣) الأهرام ٧/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص ٤.
(١٤) الأهرام ٧/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص ٤.
(١٥) الأهرام ٩/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص ٥.
(١٦) الأهرام ٩/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص ٣.
(١٧) الأهرام "٢/ ٨/ ١٩٩٤ ، لمصر .. لا لمؤتمر السكان ، مرسي عطا الله ، ص٥.
(١٨) الأهرام ٢٩/ ٨/ ١٩٩٤ ، مؤتمر السكان ومستقبل الإنسان ، محمد باشا، ص٥.
(١٩) الأهرام ٢٩/ ٨/ ١٩٩٤ ، مؤتمر السكان والحقائق الضائعة أسامة سرايا، ص٥.
(٢٠) الأهرام ٩/ ٩/ ١٩٩٤ ، بهدوء إبراهيم نافع ، ص١.
(٢١) الأهرام ١١/ ٩/ ١٩٩٤ ، مجرد رأى صلاح منتصر.
(٢٢) الأهرام ١٥/ ٩/ ١٩٩٤ ، السد الذي اصطدم به الإرهاب في المؤتمر، محمد سلماوي ، ص٨.
(٢٣) الشعب ١٢/ ٨/ ١٩٩٤ ، ص ٥.
(٢٤) الشعب ١٩/ ٨/ ١٩٩٤ ، قرارات مؤتمر إبادة البشر، عادل حسين ، ص ٥.
(٢٥) الشعب ٩/ ٩/ ١٩٩٤ ، ماذا تقول وثائقهم المعلنة وغير المعلنة ، عادل حسين ، ص ٥.
(٢٦) الشعب ١٦/ ٨/ ١٩٩٤ ، ارجموا هذا المؤتمر ، زينب عبد العزيز.
(٢٧) الشعب ١٩/ ٨/ ١٩٩٤ ، هذا ديننا، محمد الغزالي ، ص١٢.
(٢٨) الشعب ٢٣/ ٨/ ١٩٩٤ ، هذا المؤتمر مشبوه ، أحمد الملط، ص ٥.
(٢٩) الشعب ٢/ ٩/ ١٩٩٤ ، الشيخ الشعراوي يرد على وثيقة مؤتمر السكان ، ص ٣.
(٣٠) الشعب ٩/ ٨/ ١٩٩٤ ، لا تقلصوا إمكاناتنا البشرية ، معمد حلمي مراد، ص٥.
(٣١) الأهالي ١/ ٩/ ١٩٩٤ ، مؤتمر السكان .. ترحيب ولكن لطفي واكد ، ص١ .
(٣٢) الأهالي ١٤/ ٩/ ١٩٩٤، تحية واجبة ، رفعت السعيد، ص ٥.

(٣٣) العربي ٥/ ٩/ ١٩٩٤ ، لوجه الوطن ، عبد الحليم قنديل ، ص ١ .
(٣٤) العربي ٥/ ٩/ ١٩٩٤ ، تهميش الأساسيات في وثيقة مؤتمر السكان ،عصام الحناوي، ص١١ .
(٣٥) الوفد ١٥/ ٩/ ١٩٩٤، في الممنوع ، مجدي مهنا، ص ٩.
(٣٦) الأهرام ٣٠/ ٨/ ١٩٩٤ ، حوار مع سعد الدين إبراهيم ، ص ٣.
(٣٧) الأهرام ٢٩/ ٨/ ١٩٩٤ ، البعد الاجتماعي لضبط النسل ، بدر الدين على، ص٥.
(٣٨) الأهرام ١٤/ ٩/ ١٩٩٤ ، أسراب الجراد، يحيى الرخاوي، ص ١٠ .
(٣٩) الأهرام ١٤/ ٩/ ١٩٩٤، ماذا يمكن تفعل مصر، جمال مختار، ص ١٠ .
(٤٠) الأهرام ١٥/ ٩/ ١٩٩٤، خرافة الكم في عصر الكيف ، إكرام لمعى، ص٥.
(٤١) الشعب ٩/ ٨/ ١٩٩٤ ، لا تقلصوا إمكاناتنا البشرية ، محمد حلمي مراد، ص ٥.
(٤٢) الشعب ١٢/ ٨/ ١٩٩٤ ، الدراسات الغربية تكشف الهدف الحقيقي لمؤتمر إبادة البشر والمسلمين ، عادل حسين ، ص٥.
(٤٣) الشعب ٢٦/ ٨/ ١٩٩٤ ، كل ما جاء في وثيقة المؤتمر عن التنمية وتحرير المرأة يخالف الإسلام ، عادل حسين ، ص ٥.
(٤٤) الشعب ٦/ ٩/ ١٩٩٤ ، الإجهاض أشنع جرائم القتل، عادل حسين ، ص٥.
(٤٥) الشعب ٩/ ٩/ ١٩٩٤ ، الحقائق الغائبة ، ص ٣.
(٤٦) الشعب ٢٣/ ٨/ ١٩٩٤ ، بيان من الإخوان المسلمين حول مؤتمر السكان والتنمية ، ص ٧.
(٤٧) الأهالي ١٤/ ٩/ ١٩٩٤، ص٥.
(٤٨) العربي ٥/ ٩/ ١٩٩٤ ، مشكلة مصر الأولى ليست في زيادة السكان، ص١١ .
(٤٩) الأهرام ٧/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص ٣.
(٥٠) الأهرام ٨/ ٩/ ١٩٩٤ ، من قريب ، سلامة أحمد سلامة ، ص١٠ .
(٥١) الأهرام ٨/ ٩/ ١٩٩٤ ، ص١ .
(٥٢) العربي ١٢/ ٩/ ١٩٩٤، إمام المسجد الأقصى في حوار مع العربي، ص ٤ .
(٥٣) الأهرام ١٣/ ٩/ ١٩٩٤ ، حوار مع وزير الصحة ، ص ٩.
(٥٤) الأهرام ١٣/ ٩/ ١٩٩٤، الأديان لا تقر ختان الإناث ، ص ٩.
(٥٥) الوفد ١٥/ ٩/ ١٩٩٤، الختان جريمة في حق البنات ، ص ٣.
(٥٦) الشعب ٩/ ٨/ ١٩٩٤ ، مؤتمر السكان وتوابعه ، نعمات أحمد فؤاد، ص ٤ .
(٥٧) الشعب ٩/ ٨/ ١٩٩٤ ، كل ما جاء في وثيقة المؤتمر عن التنمية وتحرير المرأة يخالف الإسلام ، عادل حسين ، ص ٥.
(٥٨) تقرير المؤتمر العالمي الرابع المعنى بالمرأة ، الأمم المتحدة المؤتمر العالمي الرابع بالمرأة الصين ،٤- ١٥ سبتمبر ١٩٩٥ .
(٥٩) إيناس طه ، مرجع سابق ، ص ٣٣.
(٦٠) الأهرام ٧/ ٩/ ١٩٩٥ ، ص١ .
(٦١) الأهرام ٣١/ ٧/ ١٩٩٥ ، ص٥.
(٦٢) الأهرام ٧/ ٩/ ١٩٥ ، ص ٦.
(٦٣) الأهرام ١٦/ ٩/ ١٩٩٥، ص ٥.
(٦٤) المصدر السابق نفسه .
(٦٥) الأهرام ٢١/ ٨/ ١٩٩٥ ، ص ٧.
(٦٦) روز اليوسف ، ٢٨/ ٨/ ١٩٩٥ .

(٦٧) روز اليوسف ، ١١/ ٩/ ١٩٩٥ ، ١٨/ ٩/ ١٩٩٥.
(٦٨) الشعيب ٢٢/ ٨/ ١٩٩٥ ، ص٥.
(٦٩) الشعب ٢٢/ ٨/ ١٩٩٥ ، ص ١ ، ٣.
(٧٠) الشعب ٢٩/ ٨/ ١٩٩٥.
(٧١) العدد السابق نفسه.
(٧٢) العدد السابق نفسه .
(٧٣) الأهالي ٦/ ٩/ ١٩٩٥ ، الفقر والتنمية ، والقضية.
(٧٤) الأهالي ١٣/ ٩/ ١٩٩٥ ، تقرير الحكومة المصرية في بكين كله تمام يا فندم ، ص٥.
(٧٥) الأهالي ٢/ ٩/ ١٩٩٥ ، ص ٥.
(٧٦) العربي، ٢٨/ ٨/ ١٩٩٥ ، ص ٥.
(٧٧) العربي ٤/ ٩/ ١٩٩٥ .
(٧٨) العربي ٤/ ٩/ ١٩٩٥ .
(٧٩) العربي، ١١/ ٩/ ١٩٩٥ ، حكومة الصين تحذر من حاملات الإيدز.
(٨٠) العربي، ٢/ ١٠/ ١٩٩٥ ، نساء في مؤتمر بكين لا يعرفن شيئًا عن المرأة ، ص ٧.
(٨١) العربي ، ٢٨/ ٨/ ١٩٩٥ ، في مؤتمر بكين الزواج لا يهم .
(٨٢) الأهرام ٢٨/ ٩/ ١٩٩٥ مشكلات أعداء المرأة على طريق الحرير إلى بكين، سعد الدين إبراهيم ، ص ٧.
(٨٣) الأهرام ٢٨/ ٨/ ١٩٩٥ ، أحلام البنات ، بهيرة مختار، ص ٣.
(٨٤) الأهرام ٣٠/ ٨/ ١٩٩٥ ، مجرد رأى، صلاح منتصر، ص ٧.
(٨٥) الأهرام ٣/ ٩/ ١٩٩٥ ، مؤتمر بكين .. خطة عمل للمساواة والتنمية والسلام بطرس غالى ص ٧.
(٨٦) الأهرام ٥/ ٩/ ١٩٩٥، رأى الأهرام ، ص ٧.
(٨٧) الأهرام ٥/ ٩/ ١٩٩٥ ، مؤتمر بكين وإشارة مرور، إيناس طه ، ص ٧.
(٨٨) الأهرام ١٢/ ٩/ ١٩٩٥ ، مؤتمر المرأة والمؤامرة الغربية المزعومة ، عادل أبو زهرة ، ص ٧.
(٨٩) الأهرام ١٢/ ٩/ ١٩٩٥ ، لا تعارض بين الدين وبكين ، نبيل عمر، ص٧.
(٩٠) الأهرام ٤/ ٧/ ١٩٩٥ ، صندوق الدنيا، أحمد بهجت ، ص ٢.
(٩١) الأهرام ٢٢/ ٨/ ١٩٩٥ ، مشكلة وثيقة بكين ١ فهمي هويدي، ص ٥.
(٩٢) الأهرام ٢٩/ ٨/ ١٩٩٥ ، مملكة النساء ليست حلا، فهمي هويدي، ص٧.
(٩٣) الأهرام ٣٠/ ٧/ ١٩٩٥ ، طريقي ليس إلى بكين . نوال السعداوي، ص١ .
(٩٤) الأهرام ٢٩/ ٨/ ١٩٩٥ ، المرأة بين معطيات الإسلام ومؤتمر بكين ، ص٧.
(٩٥) الأهرام ٢٩/ ٨/ ١٩٩٥ ، وثيقة ضد الفسيولوجيا والتاريخ والقيم ، عادل صادق ، ص ٧.
(٩٦) الأهرام ١/ ٩/ ١٩٩٥، حوار مع د . محمد سليم العوا، ص٧.
(٩٧) الأهرام ١٢/ ٩/ ١٩٩٥ ، يستحيل تشكيل أفراد جديدة في مؤتمر بكين ، ص ٧.

(٩٨) الشعب ١/ ٨/ ١٩٩٥، في مؤتمر المرأة ببكين، صبحي البحيري.
(٩٩) الشعب ٢٩/ ٨/ ١٩٩٥، آمال الشعوب الإسلامية معلق على موقف الأزهر، ص٣.
(١٠٠) الشعب ٢٩/ ٠١/ ١٩٩٥، ص ٣.
(١٠١) الشعب ٥/ ٩/ ١٩٩٥، ص ٤.
(١٠٢) الأهالي ٦/ ٩/ ١٩٩٥، حوار مع سعد الدين إبراهيم، ص ٥.
(١٠٣) الأهالي ٦/ ٩/ ١٩٩٥، حوار مع وزير السكان، ص ٥.
(١٠٤) الأهالي ٦/ ٩/ ١٩٩٥، الطريق إلى بكين ومنها، فريدة النقاش، ص ٥.
(١٠٥) الأهالي ٦/ ٩/ ١٩٩٥، القيم والتقاليد الدينية بين المثل المجرد والواقع، خليل عيد الكريم، ص ٥.
(١٠٦) الوفد ٢٤/ ٨/ ١٩٩٥، مؤتمر بكين .. وقفة للانطلاق، كاميليا شكري، ص ٧.
(١٠٧) الوفد ٣/ ٨/ ١٩٩٥، أم مؤتمر تدمير الأسرة ..٣، أحمد أبو الفتح، ص ٣.
(١٠٨) الأهرام ٦/ ٨/ ١٩٩٥، المرأة المصرية بين بكين وبولاق، صابر عمار، ص ٥.
(١٠٩) الأهرام ٢/ ٨/ ١٩٩٥، عن تهميش النساء في مصر، ص ٥.
(١١٠) الأهرام ٧/ ٩/ ١٩٩٥، لكرامة الرجل .. لا للمرأة، سامية خضر، ص٧.
(١١١) الأهرام ٣١/ ٨/ »١٩٩، المرأة إنسانًا ومواطنًا، هدي الشناوي، ص٧.
(١١٢) الأهرام ٢٢/ ٩/ ١٩٩٥، مملكة النساء ليست حلا، فهمي هويدي، ص ٧.
(١١٣) الأهرام ٢٢/ ٩/ ١٩٩٥، ميراث المرأة قمة العدالة.
(١١٤) الأهرام ١٧/ ٩/ ١٩٩٥، المرأة والميراث في الإسلام أحمد صلاح الدين، ص ٧.
(١١٥) روز اليوسف، ٢٨/ ٨/ ١٩٩٥، شيخ الأزهر وحرية النساء، محمود التهامي، ص٣-٥.
(١١٦) الشعب ٥/ ٩/ ١٩٩٥، ص ٤.
(١١٧) الشعب ٢٩/ ٨/ ١٩٩٥، آمال الشعوب الإسلامية معلقة على موقف الأزهر، صبحي البحيري، ص ٣.
(١١٨) العربي، ٢٠/ ١١/ ١٩٩٥، الأخلاق والتقاليد والمرأة، منى حلمي، ص١١.
(١١٩) الأهرام، ٢٧/ ٩/ ١٩٩٥، حوار مع أول رئيسة حزب في مصر في انتظار قرار لجنة الأحزاب ص ٦.
(١٢٠) الأهرام »٣/ ٨/ ١٩٩٥، بنت النيل، ص ٧.
(١٢١) الأهرام ٢٦/ ٨/ ١٩٩٥، أنهم يغيرون خلق الله، عبد العظيم رمضان، ص ٧.
(١٢٢) الأهرام ٧/ ٦/ ١٩٩٥، نوال السعداوي.
(١٢٣) الأهرام ٤/ ٨/ ١٩٩٥، ٣ مشاكل تواجه الطفلة الأنثى في مصر.
(١٢٤) الأهرام ٧/ ٩/ ١٩٩٥، لكرامة الرجل .. لا للمرأة، سامية خضر، ص٧.
(١٢٥) الأهرام ٥/ ٩/ ١٩٩٥.
(١٢٦) الأهرام ٩/ ٨/ ١٩٩٥، المرأة المصرية بين بكين وبولاق، صابر عمار، ص ٥.
(١٢٧) المصدر السابق نفسه.

جداول الدراسة الخاصة بمؤتمر السكان

جدول رقم (١)

الموقف من استضافة القاهرة لمؤتمر السكان ومن وثيقته وبرنامج عمله

الموقف / الصحيفة	مؤيد				معارض			
	عدد الأطروحات	النسبة %	عدد الحجج	النسبة %	عدد الأطروحات	النسبة %	عدد الحجج	النسبة %
الأهرام	١٢	١٠٠	٢٤	١٠٠	—	—	—	—
الشعب	—	—	—	—	١٧	١٠٠	٢٧	١٠٠
الوفد	٣	٦٠	١	٣٣,٣	٢	٤٠	٢	٦٦,٧
الأهالي	٤	١٠٠	٧	١٠٠	—	—	—	—
العربي	—	—	—	—	٢	١١٠	٩	١٠٠
المجموع	١٩	٤٧,٥	٣٢	٥٤,٧	٢١	٥٢,٥	٣٨	٥٤,٣

جدول رقم (٢)

الموقف من دعوة تنظيم الأسرة

الموقف / الصحيفة	مؤيد				معارض			
	عدد الأطروحات	النسبة %	عدد الحجج	النسبة %	عدد الأطروحات	النسبة %	عدد الحجج	النسبة %
الأهرام	٥	١٠٠	١٧	١٠٠	—	—	—	—
الشعب	—	—	—	—	٨	١٠٠	١٠	١٠٠
الوفد	—	—	—	—	—	—	—	—
الأهالي	١	١٠٠	٧	١٠٠	—	—	—	—
العربي	—	—	—	—	١	١٠٠	٣	١٠٠
المجموع	٦	٤٠	١٨	٥٨	٩	٦٠	١٣	٤٢

جدول رقم (١)

الموقف من الإجهاض

الموقف / الصحيفة	مؤيد				معارض			
	عدد الأ ـروحات	النسبة ٪	عدد الحجج	النسبة ٪	عدد الأ ـروحات	النسبة ٪	عدد الحجج	النسبة ٪
الأهرام					٣	١٠٠	–	–
الشعب								
الوفد								
الأهالي								
العربي					١	١٠٠	–	–
المجموع					٤	١٠٠		

جدول رقم (٢)

الموقف من الختان

الموقف / الصحيفة	مؤيد				معارض			
	عدد الأ ـروحات	النسبة ٪	عدد الحجج	النسبة ٪	عدد الأ ـروحات	النسبة ٪	عدد الحجج	النسبة ٪
الأهرام					٢	١٠٠	٣	١٠٠
الشعب								
الوفد					٦	١٠٠	٧	١٠٠
الأهالي								
العربي								
المجموع					٨	١٠٠	١٠	١٠٠

جدول رقم (٥)

الموقف من دعوة المؤتمر للمساواة بين الجنسين

الموقف / الصحيفة	مؤيد				معارض			
	عدد الأ ـروحات	النسبة ٪	عدد الحجج	النسبة ٪	عدد الأ ـروحات	النسبة ٪	عدد الحجج	النسبة ٪
الأهرام								
الشعب					٢	١٠٠	٦	١٠٠
الوفد								
الأهالي								
العربي								
المجموع					٢	١٠٠	٦	١٠٠

جدول الدراسة الخاصة بمؤتمر المرأة

الموقف من المؤتمر ووثيقته وبرنامج عمله

جدول رقم (٦)

الموقف / الصحيفة	مؤيد				معارض			
	عدد الأ ـروحات	النسبة ٪	عدد الحجج	النسبة ٪	عدد الأ ـروحات	النسبة ٪	عدد الحجج	النسبة ٪
الأهرام	٩	٥٣	١٢	٤٣	٨	٤٧	١٦	٥٧
الشعب					٥	١٠٠	١٠	١٠٠
الوفد	١	٥٠	٢	٢٨,٦	١	٥٠	٥	٧١,٤
الأهالي	٥	١٠٠	٥	١٠٠				٤
العربي								
المجموع	١٥	١٠٠	١٩	٣٨	١٤	٤٨	٣١	٦٢

جدول رقم (٧)

الموقف من حرية المرأة والمساواة بين الجنسين

الموقف / الصحيفة	مؤيد				معارض			
	عدد الأطروحات	النسبة ٪	عدد الحجج	النسبة ٪	عدد الأطروحات	النسبة ٪	عدد الحجج	النسبة ٪
الأهرام	٤	٥٧	٤	٤٤	٣	٤٣	٥	٥٦
الشعب					٢	١٠٠	٣	١٠٠
الوفد								
الأهالي	١	١٠٠	٣	١٠٠				
العربي	١	١٠٠	٣	١٠٠				
المجموع	٦	٥٤,٥	١٠	٥٥,٦	٥	٤٥,٥	٨	٤٤,٤

اتجاهات استخدام المرأة لتكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات

د/ شريف درويش اللبان
أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

مقدمة :

تقوم المعلومات والاتصالات بدور مهم ومتزايد في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، ولاسيما أن التطورات التي حدثت مؤخرًا في تكنولوجيا الاتصال قامت بالحد من العوائق التي تحول دون الاتصال عبر المسافات . وقد زادت أجهزة الكمبيوتر بدرجة هائلة من تراكم مصادر المعلومات والبيانات وإمكان الوصول إليها . وبالتآلف بين أجهزة الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، أصبحت إمكانات الوصول إلى المعلومات غير محدودة تقريبًا . وفي «مجتمع المعلومات Information Society أصبح الوصول السريع إلى المعلومات المناسبة أمرًا أساسيًا ولاغني عنه ، وخاصة أن المعلومات أصبحت جزءًا من الأنشطة البشرية ، ومن ثم فإن الوصول إلى هذه التكنولوجيا يعد ركيزة للقرار الناجح .

ومن المعترف به أنه لكي يكون العالم قادرًا على أن يتقدم طلبًا للتنمية والسلام والعدالة الاجتماعية والمساواة العرقية والسلالية والمساواة بين الرجل والمرأة Gender equality فإن من الجوهري للمنظمات والجماعات الأهلية Citizens Groups and Organizations عبر العالم أن يكون لها مشاركة أكبر في صنع القرارات المتعلقة بها، وأن يكون لديها القدرة على تطوير نفسها، وعلى اقتراح بدائل فعالة وأولويات للتنمية الاقتصادية والاجتماعية .

ويعتمد ذلك بدرجة كبيرة على وصول هذه الجماعات إلى المنافع التي تقدمها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الجديدة والناشئة ، وخاصة أن

التكنولوجيات اللامركزية الجديدة Decentralized Technologies مثل شبكات الكمبيوتر والفاكس ، عندما توظف على نحو ديمقراطي، فإنها تمثل أدوات قوية وفاعلة في تكييف المعلومات وفقًا للحاجات الاجتماعية ، وذلك حتى تسهم المعلومات في ضمان استمرار أوجه التقدم التي حققتها الإنسانية ، مثل المشاركة الكاملة للمرأة في كل مجالات النشاط الإنساني.

ومن هنا ، فإن الوصول إلى هذه التكنولوجيات يتم على نحو غير متكافئ، ويفتقر إلى المساواة في مناطق جغرافية مختلفة وجماعات اجتماعية مختلفة .ويؤدى عدم المساواة Inequality إلى زيادة الفجوة بين أولئك الذين يستطيعون الوصول إلى مصادر المعلومات وأولئك المحرومين من هذا الوصول .

وقد حدد برنامج عمل مؤتمر بكين Beijing Platform for Action (BPFA)) الذي تبنته الدول الأعضاء في الأمم المتحدة عام ١٩٩٥ - القضايا التي تتعلق بالمرأة ووسائل الاتصال . وفى حين يقر برنامج عمل مؤتمر بكين (BPFA) بأوجه التقدم المختلفة التي أصابتها تكنولوجيا الاتصال ، فإنه قام بتأكيد أن وسائل الإعلام ترسم قوالب جامدة للمرأة باستمرار، كما أن ثمة زيادة دالة في الصورة الذهنية التي ترسخها وسائل الإعلام ، وتؤدى إلى ممارسة العنف ضد المرأة ، وكذلك تفتقر المرأة إلى الوصول إلى قنوات التعبير وصنع القرار في المؤسسات الإعلامية أو من خلال هذه المؤسسات .

ومن هنا ، تم وضع التوصيات للحكومات والمنظمات غير الحكومية والمؤسسات الإعلامية وفقًا لإستراتيجيتين محددتين[١] .

أولاهما : زيادة مشاركة المرأة ، ووصولها إلى التعبير، وصنع القرار في أو من خلال وسائل الإعلام ، وتكنولوجيا الاتصال الجديدة .

والأخرى: تدعيم رسم صورة ذهنية متوازنة وغير نمطية للمرأة Balanced & Non-Stereotyped Portrayal of Women في وسائل الإعلام.

وقد سلط القسم (J) من برنامج عمل مؤتمر بكين (BPFA) الضوء على خمس نقاط رئيسية تتعلق بالمرأة ووسائل الإعلام والاتصال ، وهذه النقاط هي[٢] :

- أوجه التقدم التي أصابتها تكنولوجيا المعلومات ، وبخاصة شبكات المعلومات التي تتجاوز الحدود الوطنية ، والتي تتمتع بمزايا وعيوب بالنسبة للمرأة .

- الزيادة في عدد النساء اللاتي يعملن في قطاع الاتصال ، التي لم تترجم - على أية حال - إلى وصول متزايد للسلطة وصنع القرار في المؤسسات الإعلامية ، والى قدرة المرأة أيضًا على التأثير في سياسات وسائل الإعلام .

- الافتقار إلى الحساسية بالجنس Gender Sensitivity في السياسات الإعلامية والبرامج في وسائل الإعلام ، والتدعيم المتزايد للنمط الاستهلاكي Consumerism ، والحاجة إلى خلق ميكانزمات ذاتية لوسائل الإعلام .

- الاستمرار في رسم صورة نمطية للمرأة في وسائل الإعلام، وزيادة بث صور للنساء تعكس العنف والعرى.

- وجود عقبات أمام قدرة المرأة على الوصول إلى الطرق السريعة للمعلومات الإلكترونية ، والحاجة إلى مشاركة المرأة في التنمية ونشر تكنولوجيات المعلومات الجديدة .

مشكلة الدراسة :

من هنا تتحدد مشكلة هذه الدراسة في بحث اتجاهات استخدام المرأة لتكنولوجيات الاتصال في عصر المعلومات بالتركيز على موقف المرأة في ظل السياق المعلوماتي والتكنولوجي والاجتماعي، والعوائق التي تقف حائلا أمام استخدام المرأة الكامل لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات ، والإستراتيجيات التي يجب تبنيها للتغلب على تلك العوائق ، وسبل تسهيل مشاركة المرأة في مجتمع المعلومات .

تساؤلات الدراسة :

يتعلق السؤال الرئيس لهذه الدراسة بماهية أساليب استخدام المرأة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات Information and Communication Technologies (ICTS) ويتضمن هذا التساؤل الرئيسي قضايا فرعية نذكر منها :

- المساواة الاجتماعية Social Equality

- الوصول إلى تكنولوجيات الاتصال والمعلومات Access.

- المنافع التي يمكن أن تجنيها المرأة من هذه التكنولوجيات.

- الدور الذي يمكن أن تقوم به المرأة في إنتاج المعلومات ونشرها.

مناهج الدراسة :

تعتمد الدراسة على نحو أساسي على منهجين رئيسيين هما :

١ - **أسلوب المسح الإعلامي** ،وذلك لتوصيف اتجاهات استخدام المرأة لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات وأسلوبها ، سواء في دول العالم المتقدم أو النامي، التي تشمل الولايات المتحدة الأمريكية ودول غرب أوربا والدول العربية والإفريقية والأسيوية ودول أمريكا اللاتينية.

وسوف يتم ذلك من خلال التحليل الوثائقي Documentary Analysis لبعض الوثائق الصادرة عن مؤتمرات أو منظمات دولية تتعلق بالمرأة ووسائل الاتصال ، وذلك من :خلال أسلوب التحليل الماورائي أو تحليل المستوى الثاني Meta Analysis حيث يفيدنا هذا المستوى من التحليل في قراءه نتائج معينة لوصف ما تمخضت عنه هذه الدراسات ، كما يتيح لنا هذا المدخل تقديم بعض الأحكام الذاتية[٣].

٢- **المنهج المقارن** ، وذلك للمقارنة بين اتجاهات استخدام المرأة لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات وأساليب هذا الاستخدام في دول العالم وأقاليمه وقاراته المختلفة.

الدراسات السابقة :

في كتابها ((متاعب الجنس)) Gender Trouble تخبرنا جوديث باتلر Judith Butler [٤]. أن الجنس نفسه ((ليس ثابتًا على الإطلاق ، ولكنه دائمًا ما يكون مرنًا)) (Gender is never fixed, always fluid) ولعل العمل انطلاقًا من هذه القاعدة ، يجعل من المهم بالنسبة للدارسين في مجال المساواة بين الجنسين Feminists ألا ينظروا فقط لتقسيمات الجنس كما كانت محددة تاريخيًا، أو كما هي موجودة الآن ، ولكن أن ينظروا أيضا لهذه التقسيمات كما

يمكن أن يعاد تحديدها أو تغييرها من خلال التأثير المتنامي لتكنولوجيات الاتصال .

وعلى الرغم من أن مؤلفين آخرين أخذوا على عاتقهم التحدي الخاص بدراسة الجنس والهوية Gender and Identity في ضوء التكنولوجيا ، فإنهم لم يأخذوا في حسبانهم التأثيرات الراهنة والمحتملة لتكنولوجيات الاتصال من خلال الحاسبات CMC Technologies.

وفي كتابها ((النسوية تواجه التكنولوجيا)) Fiminism Confronts Technology استبعدت جودي الاتصال Judy Wajcman من خلال الحاسبات في المقدمة قائلة : ((إنني لم أحاول تجميع كل أشكال التكنولوجيا في هذا الكتاب)).

كما أن دونا هاراواي Donna Haraway التي يتم الاستشهاد بها دومًا في الأدبيات التي تتناول مستقبل هيكلة الجنس، تركز أيضًا على التكنولوجيات التي تقوم على التجديد المادي Physical Recreation للجسم أكثر من الخلق الافتراضي Virtual Creation الذي يعتمد عليه النص المبنى على تكنولوجيا الاتصال من خلال الحاسبات.

وإحدى مجموعات المقالات حول المرأة والتكنولوجيا قامت بتحريرها شيريس كرامرى Cheris Kramarae(٧)، وتقوم هذه المقالات بتغطية قضايا التكنولوجيا والاتصال بالإضافة إلى عدد من المقالات التي تركز على الاتصال من خلال الحاسبات ، وفي مقالتها الافتتاحية تقول كرامري: ((لقد درست العمليات التكنولوجية- على نحو ضمني - انطلاقًا من خبرات الرجال))، وعندما يضع الفرد المرأة في بؤرة التحليل ، فإن التحيزات الذكورية Male Biases والأيدولوجيات الذكورية Masculist Ideologies تصبح أكثر وضوحًا ، ويكتشف تساؤلات جديدة ومداخل جديدة لأسئلة قديمة ، وتتحدى كرامري السيدات بأن يبدأن في ((تطوير فهم أكثر شمولًا للأيديولوجيات والعلاقات الاجتماعية للعمليات التكنولوجية)) .

وتناولت إليزابيث لين Elizabeth Lane Lawley في ورقتها البحثية

تأثير تكنولوجيات الاتصال الإلكتروني على الهيكل الحالي لتقسيمات الجنس، وبصفة خاصة تأثيرات الاتصال من خلال الحاسبات "Computer-mediated Communication (CMC" وهو وسيلة واعدة في مجال إعادة تشكيل المفاهيم الفردية والجماعية للجنس والهوية. ولم تحاول الباحثة أن تقدم عرضًا لتكنولوجيات الاتصال بالتركيز على المرأة فحسب، بل قدمت أيضًا الأساليب التي تتغير بها تعريفاتنا لكل من «المرأة» و«الرجل» في هذه البيئة الاتصالية الجديدة. ولا يعني هذا أن مصطلح «المرأة» لم يعد ذا مغزى أو فائدة في مناقشة قضية الجنس وعلاقته بالتكنولوجيا، أو أن الجنس لا يعد عاملا مهمًا في دراسة استخدامات تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها المختلفة، بل إنه من المحتمل استخدام منظور جديد للحدود المتاخمة لتعريفات الجنس لإعادة التفكير في النظرة الحتمية السابقة لتأثيرات التكنولوجيات الجديدة على المجتمع، وبخاصة تأثير تلك التكنولوجيات على المرأة.

وفي مؤتمر «المرأة والعلم ومستقبلنا» Women-Science and Our Future الذي نظمه «اتحاد المرأة في العلوم» Association for Women in Sciences بنيوزيلاندا في يوليو ١٩٩٦، تم عرض عدد من الأوراق البحثية التي نعرض هنا لأربع منها:

1-Vicki Culling, "She Who Bleeds Yet dose not Die"

ورغم أن هذه الدراسة (٩) لا تتعرض لعلاقة المرأة بتكنولوجيا الاتصال فإنها في رأينا تؤصل لنظرة الرجل للمرأة عبر العصور، وهو ما يجسد العوائق التي تقف حائلًا أمام تقدم المرأة في مجالات عدة. وتذهب الدراسة إلى أن العلم قد أسس مفهومًا عن الجسد الأنثوي يجعله يتسم بالدونية Inferior ومثيرًا للجدل مقارنة بالجسد الذكرى. وقد فسر الحيض بأنه دليل على هذه الدونية. ووضع الفلاسفة الغربيون الأوائل النظريات التي تقول: إن المرأة ما هي إلا نسخة ناقصة أو معيبة من الرجل Defective Version of Man وقدم أرسطو التفسير العلمي الأول للمرأة بوصفها كائنًا ناقصًا أو دونيًا، وقامت نظريته على فكرة «الحرارة»؛ فالنساء غير قادرات على «طهو» دمائهن إلى درجة النقاء حتى يستطعن إفراز المنى. وتبنى المنظرون اللاحقون موقف أرسطو وعمله على

تطوير نظرياته عن المرأة بوصفها رجلًا مشوهًا Misbegtten Man وقدمت هذه الورقة النظريات الأولى عن المرأة وجسدها الحائض وتطورها حتى القرن العشرين ، هي النظريات التي تعد البنى الأساسية للعلم والطب الحديث .

2 -Nicola Armstrong, "By the Light of the VDU. Telework and Gendered Relations"

وتركز هذه الورقة البحثية [١٠] على النساء والرجال الذين يعملون بالمنزل باستخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الجديدة Teleworkers وتتركز بؤرة المناقشة في هذه الورقة في استخدام الوقت والمساحة من قبل العاملين من المنزل ، الذين لديهم أطفال صغار، وذلك لاستعراض تأثيرات ذلك على النساء والرجال الذين لا يوجد لديهم حدود فاصلة بين مكان عملهم وحياتهم الخاصة. وتخلص هذه الدراسة إلى توضيح إمكانات تكنولوجيات الاتصال والمعلومات التي تستخدم بالمنزل وتأثيراتها على الجنس وقوة المرأة النسبية داخل المنزل ، وخاصة هذه الدراسة إلى توضيح إمكانات تكنولوجيات الاتصال والمعلومات التي تستخدم بالمنزل وتأثيراتها على الجنس وقوة المرأة النسبية داخل المنزل . وخاصة بالنسبة لربات البيوت.

3- Judy Owen, Teleworking More than Technology in the Home.

لقد كتب الكثير عن مفهوم العمل عن بعد والتأثير على الوفورات في الكلفة والزيادة في الإنتاجية بالنسبة للعامل ، والحد من البطالة والازدحام والأزمات المرورية بالنسبة للمدن . وقد كتب القليل عن تأثير العمل عن بعد على العمال . ويمكن تعريف العمل عن بعد بأنه « استخدام أجهزة الكمبيوتر والاتصالات لتوسيع مجالات بيئة العمل فيها وراء حدود مكان العمل التقليدي، وتركز ورشة العمل هذه [١١] على مجالات العمل عن بعد وتأثيره على النساء العاملات ، وتهدف ورشة العمل إلى مساعدة النساء اللاتي يردن تبني الفكرة بتقديم الفرصة لهن لاكتشاف القضايا المتعلقة بهذا المفهوم ، وتدعيم هذا المفهوم الجديد لدى أصحاب الأعمال ، والعمل من خلال حالات فردية على تدعيم رغبة السيدات العاملات في العمل المنزلي.

4- **Dale Spender "It's Not a Superhighway- It's More Like a Village Square"**

وتخلص هذه الورقة [١٢] إلى أن التحدي الذي يواجه المرأة هو ضرورة تعلم تكنولوجيات الاتصال والمعلومات ، وذلك حتى يمكنها تشكيل أشكال جديدة من الاتصال ، ولاسيما أننا الآن بصدد خلق مجتمع جديد، هو مجتمع المعلومات . ويجب أن تتاح الفرصة للمرأة لخلق هذا المجتمع التخيليCybersociety الذي لابد له أن يعكس قيمها ومصالحها، وهذا يعنى ضرورة اكتساب ثقافة الكمبيوتر Computer Culture على كل المستويات.

تقسيم الدراسة :

تم تقسيم الدراسة على النحو الآتي :

١- **مقدمة** : وتتناول الأسس المنهجية للدراسة .

٢- **المبحث الأول** : تكنولوجيا الاتصال والمساواة الاجتماعية .

٣- **المبحث الثاني**: المكاسب التي حققتها المرأة في علاقتها بتكنولوجيا الاتصال عقب مؤتمر بكين (١٩٩٥-٢٠٠٤).

٤ - **المبحث الثالث** : المعوقات التي تواجه المرأة العربية والإفريقية في مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات .

٥- **خاتمة** : وتتضمن النتائج العامة للدراسة وتوصياتها .

المبحث الأول
تكنولوجيا الاتصال والمساواة الاجتماعية

لا تتحقق المساواة في الوصول إلى تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لكل الجماعات الاجتماعية : فهناك عدد من جماعات الأقليات والجماعات محدودة الدخل ليس لديها تليفونات . حتى في أكثر الدول ثراء ، وليبرالية . مثل الولايات المتحدة الأمريكية - نجد أن حوالي ٩٥٪ من المنازل يوجد بها تليفونات ، في حين أن هذا الرقم ينخفض إلى حوالي ٨٥٪ في المنازل الأمريكية التي يقطنها أمريكيون من أصل أفريقي African Americans [١٣] .

وقبل عام ١٩٤٠ ، كانت شركات الهاتف تتجنب أحيانًا المناطق الفقيرة اعتقادًا منها بأن تلك المناطق لن تحقق لها ربحية عالية . واليوم ، فإن خطط المساعدة الهاتفية متاحة لدعم التليفونات لمحدودي الدخل في الولايات المتحدة.

وعلى الرغم من ذلك ، فإنه لا يزال عدد من الأسر لا يستطيع أن يدفع رسوم الخدمة التليفونية المدعومة : وهو ما يجعل هذا الأسر معزولة عن عالم الأعمال، ووكالات المساعدة الاجتماعية، والأسرة والأصدقاء .

وبناء على دراسة أجريت على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية على الأطفال في سن المدرسة ، وقد أجرت هذه الدراسة «خدمة الاختبارات التعليمية Educational Testing تبين منها أن الدارسين البيض يتمتعون بمستويات أعلى في تعلم الكمبيوتر بالمقارنة بالأمريكيين الأفارقة، أو الدارسين من أصل إسباني ، أو الذين ينتمون أساسًا لجذور لاتينية . وقد تبين أيضًا أن هذه الفجوة تظل موجودة بين الجماعات المختلفة في السنوات الأعلى من التعليم[١٤] . ولعل ما يفسر هذه الفجوة ، التعرض المتباين لأجهزة الكمبيوتر في المنازل فلا يزال الدارسون البيض الأوفر حظًا ، إلى حد بعيد ، في امتلاك أجهزة كمبيوتر منزلية[١٥] .

وفى إطار عدم المساواة ، تبرز قضية التفاوت بين الأجيال في تكنولوجيا الوسائل الجديدة Generational Issues ، حيث تسود الآن مقولة: «اسأل

شخصًا ما تحت الثلاثين "Just ask someone under thirty" في بيئة الوسائل الجديدة اليوم. فتكنولوجيا الوسائل الجديدة هي مجال الشباب وخاصة في عالم الفضاء التخيلي Cyberspace وتكنولوجيا الوسائط المتعددة Multimedia Technology فالمراهقون يعدون من بيئات الفئات كثيفة الاستخدام لخدمات الاتصال المباشر On- line Services ، وهم أيضًا أول من يكتشف معظم ألعاب الفيديو الجديدة ومنتجات الأسطوانات المدمجة CD- ROM Products والابتكارات في مجال الواقع الافتراضي Virtual Reality[١٦].

وبالطبع ، فإن الطبيعة الشبابية لتكنولوجيات الوسائل الجديدة ليست شيئًا جديدًا . والمثال الكلاسيكي من العصر الحديث للتكنولوجيا يتمثل في القوة المبدعة والابتكارية التي أسست شركة «إبل» .Apple Computer Inc إلا فريق يضم عددًا من الشباب الذين لم يتعدوا أوائل العشرينيات من أعمارهم في ذلك الوقت (١٩٨٤). ويضرب مبتكرو برنامج Mosaic مثالًا مشابهًا في وقتنا هذا ؛ لأنهم ابتكروا ذلك البرنامج الشهير للتعامل مع شبكة الإنترنت وهم لا يزالون في العشرينيات من أعمارهم .

ويثير آدم كلايتون باول Adam Clayton Powell خبير الوسائل الجديدة قضية أخرى تضيف بعدًا جديدًا في عدم المساواة في تكنولوجيا الاتصال حيث يكتب قائلًا: « إن علماء آثار المستقبل الذين يدرسون تسجيل وقائع الحاضر وتدوينها سوف يكون لديهم سببًا كافيًا لكي يستنتجوا أن الملونين قد لاقوا الإهمال والتجاهل في عصر المعلومات ، فقد كان لهم دور محدد في تطوير الوسائل الجديدة بصفة عامة»[١٧]. ولعل أسباب هذه المشاركة المحدودة متعددة من بينها الحقيقة القائلة : «لا تعتمد على الملونين في عملية بناء السياسة الخاصة بالبنية الأساسية المعلوماتية على المستوى القومي National Information Infra-structure .

كما أن الفرضية الخاصة بفجوة المعرفة Information Gap Hypothesis تثير قلقًا مشابهًا ومساويًا فيما يتعلق بانعدام العدالة في توزيع تكنولوجيات الاتصال والمعلومات ، حيث إن هذا المدخل يميز بين «الأثرياء بالمعلومات» Information Rich و«الفقراء في المعلومات» Information Poor وبالطبع ، فإن المجتمعات التي تتسم بالثراء المعلوماتي

هي التي تتمتع بمستويات عالية ومتميزة من التعلم ، وتستطيع الوصول إلى مصادر المعلومات ، مثل : المكتبات وأجهزة الكمبيوتر المنزلية المتصلة بشبكة المعلومات ، في حين أن المجتمعات التي تعاني الفقر المعلوماتي تحصل على مستويات متدنية من التعليم والوصول إلى مصادر المعلومات ، وتميل إلى أن تكون فقيرة أيضًا من الناحية الاقتصادية(١٨).

وتقول الفرضية: إن تقديم تكنولوجيا جديدة في مجال المعلومات سوف يفيد كلا النوعين من المجتمعات ، لكنها سوف تفيد ((أثرياء المعلومات)) بدرجة أكبر . ولعل السبب في ذلك أن ((أثرياء المعلومات)) يتمتعون بالمزايا التي تساعدهم على أن يتسيدوا التكنولوجيات الجديدة ، ويتفرقوا في استخدامها على نحو أسرع. وهذا يعني أن الفجوة بين الأغنياء والفقراء سوف تتسع على نحو ملحوظ بمرور الوقت، مما قد يؤدي إلى خلق مجتمع مكون من طبقتين tow-layered society ، بدون وجود طبقة وسطى.

من هذا ، يتضح لنا أن استخدام التكنولوجيا في مجال الاتصال والمعلومات وإمكان الوصول إليها ووضع سياساتها ينطوي في حد ذاته على قيم عدم المساواة والافتقار إلى العدالة ، حيث يوجد قدر كبير من التمييز فيما بين الأثرياء والفقراء ، والبيض والملونين ، والشباب والشيوخ ، غير أن تجليات هذه القضية تبدو ذات تأثير مفرط في التمييز القائم على أساس النوع.

النوع واستخدام التكنولوجيا Gender and Technology use

لقد كان النوع دومًا عاملًا فاعلًا في نشوء التكنولوجيات الجديدة واستخدامها . وفي حين تبدو الكفاءة في مجال الكمبيوتر متساوية تقريبًا بالنسبة للذكور والإناث في السنوات الأدنى من التعليم ، فإنه بحلول الصف السابع يتقدم الذكور على الإناث بدرجة كبيرة.

ويعتقد البعض أن تعليم الكمبيوتر Computer Education يتضمن – في حد ذاته – منهجًا دراسيًا خفيًا Hidden Curriculum يفرض قيم الثقافة السائدة من خلال تعليم السيدات والأقليات إطاعة الأوامر ، والعمل على أقلمة هذه الجماعات على تنفيذ المهام المتكررة ، وبعبارة أخرى، فإن تعليم الكمبيوتر يهدف إلى أن يتعلم الدارسون أيضًا قبول السلطة.

وبناء على هذا الجدل ، فإن الجمهور ذا النوايا الحسنة المبذولة للقضاء على هذه الفجوة التكنولوجية بين الذكور والإناث – من خلال دفع عملية تعليم السيدات والأقليات للكمبيوتر – تعمل فقط على تفاقم المشكلة ؛ لأن هذه الجهود تعمل على أن تتكيف .هذه الجماعات بدرجة أكبر، لكي تقبل «مكانها» في ظل نظام من الاستغلال الاقتصادي.

وتستمر الفجوة التكنولوجية في مجال الكمبيوتر بالنسبة للأقليات والنساء حتى سن النضج والدخول إلى سوق العمل : فصناعات تكنولوجيات المعلومات ، والمهن المتضمنة فيها يسيطر عليها بدرجة كبيرة الذكور البيض . وبناء على تقرير لمؤسسة العلوم الأمريكية National Science Foundation ففي عقد الثمانينيات كان ٣٪ فقط من المتخصصين في مجال الكمبيوتر من الأمريكيين الأفارقة[١٩] .

وتشير إحصاءات مكتب العمل Bureau of Labor Statistics في الولايات المتحدة إلى أن السيدات اللاتي يعملن في مهن متعلقة بالكمبيوتر يكسبن أقل بكثير من زملائهن الذكور، وذلك على الرغم من أن الفجوة أقل حدة .

كما أن السيدات يتحملن أيضًا وطأة فقدان وظائفهن من جراء الاتجاه إلى «أتمتة المكاتب » Office Automation ، في حين أن الأقلية من العمال الذكور ذوي الياقات الزرقاء، تشغل الوظائف التي تتبقى من أجهزة الروبوت ، التي تقوم بمعظم الأعمال في مجال التصنيع . حتى أن المهنة الوحيدة المتعلقة بالكمبيوتر، التي تضم نسبة كبيرة من الإناث، وهي «مبرمج كمبيوتر» Computer Programmer ، هي أيضًا في طريقها إلى «الأتمتة» ، وذلك بفضل ظهور «نظم هندسة البرامج بمساعدة الكمبيوتر» Computer-aided Software Engineering (CASE) System . وهكذا فإن الوظائف ذات الدخل المرتفع ، التي وفرتها تكنولوجيا المعلومات، عادة ما تكون في مجالات تقنية ، ويسيطر عليها الذكور والبيض[٢٠] .

وفى الولايات المتحدة فإن السيدات – ومعظمهن من المهاجرات حديثًا من دول أمريكا اللاتينية – يعملن في «حجرات نظيفة» في المصانع، التي يُعهد

إليها بتجميع أجزاء الكمبيوتر، في أن أخريات يعملن بالقطعة، حيث يقمن بتجميع أجزاء الكمبيوتر في مطابخهن الخاصة. ويقول أصحاب المصانع والمستخدمون في «وادي السيليكون» Silicon Valley: إنهم يقدرون غرائز الأمومة، وأخلاقيات العمل بالنسبة للسيدات العاملات، وخفة حركتهن وذكاءهن، وعلى الرغم من ذلك كله يفرض عليهن قبول أجور أقل[٢١].

وتصل العواقب أحيانًا إلى ما هو أبعد من الاستغلال المادي أو الاقتصادي فالفرق المصممة للحفاظ على أجزاء الكمبيوتر نظيفة داخل مصانع تجميع أجزاء الكمبيوتر، لا تحافظ بالدرجة نفسها على رئات الموظفات نظيفة. فمن المعروف أن المذيبات المستخدمة مع رقائق الكمبيوتر تعد سامة بدرجة كبيرة عند استنشاقها، وهو ما يؤدي إلى الخلل في جهاز المناعة Immune System Disorders وتشوهات الجنين Birth Defects، وحالات الإجهاض المتكررة للعاملات في «الحجرات النظيفة»[٢٢].

وهكذا، يمكن القول إن الذكور يميلون إلى الاستخدام الواسع النطاق للوسائل التكنولوجية الجديدة، فقد قاموا بتصميم الكثير من المكونات الصلبة لوسائل الاتصال Hardware والبرامج العاملة في هذا المجال Software في حين تميل النساء إلى أن يكون تمثيلهن محدودًا Under-represented فيما يتعلق بالوصول إلى التكنولوجيات الجديدة، وخاصة النساء اللاتي ينتمين للمناطق الأقل تقدمًا والجامعات الهامشية، والنساء اللاتي ينتمين لهذه الجماعات الاجتماعية هن اللاتي يشكلن قوة العمل التي تنتج مكونات الكمبيوتر في ظروف عمل تمثل عددًا من المخاطر على صحتهن.

إن تاريخ الوسائل التكنولوجية الجديدة كتب معظمه الرجال، بداية من السكندر جراهام بيل Alexander Graham Bell إلى ويليام جيتس William Gates ولعل أبرز الأمثلة في هذه السبيل، برنامج لمحاكاة الواقع الافتراضي يدعى Battletech. ويعد من أكثر البرامج الناجحة في هذا المجال لكنه أكثر ملاءمة للذكور لارتباطه بألعاب الحروب الالكترونية. وقد ابتكر هذا البرنامج اثنان من الرجال هما روس بابكوك Russ Bancoc وجوردان ويسمان Jordan Weisman اللذان يعملان في شركة Dungeons and

Dragons . وقد افتتح أول مركز لممارسات برنامج Battletech في شيكاغو عام ١٩٩٠ وحقق ربحًا كبيرًا. واشترى تيم Tim حفيد والت ديزني وشركاؤه حقوق استغلال البرنامج عام ١٩٩٢، وحولوه إلى ما يطلق عليه ((إمتاع العالم التخيلي)) Virtual World Entertainment . ويقول ((تيم)): ((إننا نعلم أن Battletech كان محدودًا لأن مستخدميه حوالي ٩٢٪ من الذكور، وإذا توجه فتى وفتاه إلى مركز Battletech فإنهما يتجادلان، وحينئذ يذهب الفتى إلى داخل المركز، في حين تمضي الفتاة بعيدًا عنه))[٢٣].

ومن الملاحظ أن النساء يتمتعن بوصول أقل من الرجال إلى مصادر المعلومات وشبكات المعلومات المتاحة، ويفتقرن إلى الإمكانات المتعلقة بالتنمية الموجهة لهذه التكنولوجيا لتلبية حاجاتهن الخاصة. ويعمل عدد من المنظمات النسائية على دعم المشاركة في تبادل المعلومات عالميًّا وإقليميًّا، وذلك حتى مكنها هذا من مشاركة الأفكار والاقتراحات والمستندات والمعلومات. وتعد شبكات الكمبيوتر Computer Networks أحد أشكال التكنولوجيا المناسبة التي تجعل هذا التبادل ممكنًا. وبالتآلف مع الأشكال الأخرى لوسائل الإعلام مثل الفاكس

والمواد المصنوعة والراديو، يمكن أن يمتد نطاق هذا التبادل بسهولة أكثر إلى مناطق وجماعات لا تستطيع الوصول إلى شبكات الكمبيوتر[٢٤].

وهكذا، فإن شبكات التبادل الحاسوبي قد أظهرت القضايا ذات الاهتمام بالنساء. ويوجد اعتراف وإقرار متزايد بأن تنمية هذه الشبكات وتطويرها سوف يسهم في الدفع بقضية المساواة بين الجنسين Gender Equality إلى الأمام، وفي دعم أكبر لإسهام الجنوب والجماعات المهمشة ومناطق العالم المختلفة في عمليات صنع القرار.

تجاوز معيار النوع Transcending Gender

تبعث الطريق السريعة للمعلومات Information Superhighway الأمل في فتح الأبواب أمام النساء. ويأتي أحد الأمثلة التوضيحية لذلك من عالم الفضاء التخيلي. ففي مجال الإنترنت، ابتكرت فتاة من نيويورك تدعى ستاس هورن Stacy Horn ما يطلق عليه ((مألف الساحل الشرقي)) East

(ECHO) Coast Hang Out عام ١٩٨٩ . وكما يصفه أحد الكتاب ، فإن «إيكو» يعد واحة تجمع الكترونيًا للكتاب والفنانين والمثقفين ، وهو أقرب ما يكون إلى الصالون الأدبي، وليس منتدى الكترونيًا لممارسة الفتيان المرح التكنولوجي(٢٥) .

وعلى الرغم من أن معظم خدمات المعلومات يسيطر عليها الذكور Male-dominated فإن «إيكو» يتعامل تقريبًا على نحو يتسم بالمساواة مع النساء أيضًا ، فمن بين المشتركين الذين يبلغ عددهم أربعة آلاف مشترك ، فإن ما يقرب من نصف هذا العدد(٤٠٪) من النساء . وعلى النقيض من ذلك ، فإن ١٠ ٪ فقط من مشترك من مشتركي Compuserve من النساء ويدفع مستخدموا «إيكوا» رسومًا شهرية تتراوح بين ١٣.٧٥ و٥٢.٤٣ دولارًا، ليصبح في مقدورهم الوصول إلى المناقشات المباشرة للأفكار المختلفة ، ومتابعة عدد من المؤتمرات المقصورة على النساء ، متضمنة مؤتمرات «ائتلاف العمل النسائي» Women Action Coaition (WAC) ، وذلك للتنسيق على مستوى العالم في مجالات مثل : إباحة الإجهاض ودعم الأطفال ، وغيرها .

وعلاوة على هذا ، فإن الموقف الذي يتسم بانعدام العدالة والمساواة في تعامل المرأة مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات آخذ في التغير، ولاسيما في الدول المتقدمة ، كالولايات المتحدة وغرب أوربا . ولعل تغير الاتجاهات نحو المرأة ، وموقف المؤسسات التعليمية المعروفة بقيادتها للتكنولوجيا ، ومحاولة لحاق الوسائل الجديدة بالاتجاه السائد في المجتمع ، كلها عوامل تعمل على إعطاء المرأة دورًا فاعلًا في مجال الوسائل الجديدة .

وقد برزت سيدات في المجال التكنولوجي في السنوات القليلة الماضية ، لعل أبرزهن: ليدي لافليس Lady Ada Byron Lovelace التي تعد أولى محللات نظم كمبيوتر على مستوى العالم ، وجريس هوبر Grace Hopper مطورة لغة الكوبول Cobol إحدى لغات البرمجة ، وإلين هانكوك Hllen Hancock نائب رئيس شبكة خدمات IBM ، ولور هارب Lore Harp مخترعة أول برنامج للمتجهات الجرافيكية Vector Graphics ، وميشيل دي لورينزو Michele Dilorenzo نائب الرئيس التنفيذي لشركة Viacon New Media، وسوان أميرون Sueann Ambron نائب رئيس شركة بارامونت للتكنولوجيا Paramount

Technology وجاكلين وودز Jacqueline Woods المدير التنفيذي لشركة Ameritech بأوهايو، وأودري ويل Audrey Well نائب رئيس شركة أمريكا أون لاين America Online وتيري هيرشي Terry Hershey رئيس شركة Time – Warmer Interactive، وكالين إليس Carlene Ellis نائب رئيس شركة «إنتل» Intel، وباتي ستونسايفر Patty Stonesifer نائب رئيس شركة «مايكروسوفت» Microsoft[٢٦].

قد ساعدت البحوث والدراسات أيضًا على تحديد عدد من الأسئلة المهمة عن المرأة والتكنولوجيا الجديدة، ويقول برناديت فلين Bernadette Flynn: إننا يجب أن نأخذ هذه الأسئلة في الحسبان عند دراسة نطاق المرأة والتكنولوجيا الجديدة[٢٧].

-من الذي يملك الوصول إلى التكنولوجيا ؟ ولصالح من صممت هذه التكنولوجيا ؟

ما المواقف التي قد يتم تبنيها في العلاقة التبادلية بين المرأة والآلة مقارنة بالعلاقة بين الإنسان (الذكر) والآلة ؟

- ما المواقف التي قد يتبناها مناصرو حقوق المرأة في علاقتهم بالتكنولوجيا وبناء مفاهيم جديدة ومواقف ثقافية جديدة ؟

ما الإستراتيجيات التي يمكن توظيفها من خلال الفنانات في المواقف المناهضة التي تنتهك حقوق المرأة، ويجب إدراجها ضمن الأجندة النسائية؟

وتضيف البروفيسور شيري تيركل Sherry Turkle مجالًا آخر للتأمل حول كيفية تفاعل التكنولوجيا والجنس في كتابها المميز «الذات الثانية»[٢٨]، حيث تذهب إلى أن الأولاد والبنات يميلون إلى أن يستحضروا أساليب معرفية متباينة في تفاعلاتهم مع أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم، فالبنات يتعاملن مع أجهزة الكمبيوتر على نحو من البراعة الفائقة الناعمة حيث يفهم الكمبيوتر على نحو حسي وملموس وعلى النقيض من ذلك، يتعامل الأولاد مع أجهزة الكمبيوتر على نحو من البراعة الفائقة الخشنة التي تستمد خصائصها من المدخل التنافسي للعمل على هذه الأجهزة، وذلك في محاولة لوضع إرادتهم موضع السيطرة عند استخدام الآلة.

المبحث الثاني

المكاسب التي حققتها المرأة في علاقتها بتكنولوجيا الاتصال عقب مؤتمر بكين

حققت المرأة مكاسب عدة تدعم دورها في وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات في سعيها الدؤوب نحو قدر أكبر من العدالة والمساواة ، وفيما يأتي نذكر أهم هذه الكاسب في مناطق العالم المختلفة (٢٩) .

آسيا :

أتاحت تكنولوجيات المعلومات الجديدة للنساء إمكان وصول بعضهن إلى البعض الآخر، وإنشاء شبكة تربط بعضهن بالبعض الآخر بفعالية أكثر لمشاركة المعلومات والمصادر على نحو أسرع . واستخدمت الحركة النسائية في الإقليم الوسائل الإلكترونية للدفاع عن حقوق المرأة ودعم التضامن معها . ففي وسط آسيا أصبح البريد الإلكتروني e-mail أداة قوية في تبادل الأفكار والمعلومات بين المنظمات النسائية ، كما أصبح أسلوبًا لمكافحة العزلة النسبية للبلاد التي تقع على أطراف هذا الإقليم عن الحركة العالمية للمرأة .

وفى معظم جمهوريات الاتحاد السوفيتي السابق ، لا تزال وسائل الإعلام تخضع للرقابة الشديدة ، وأصبحت الإنترنت وسيلة للالتفاف حول الرقابة وحجب المعلومات . وعلى أية حال ، أقرت جمهورية كازاخستان مؤخرا قانونا يهدد المعلومات والاتصالات ، ويمكن هذا القانون الجمهورية من تعقب كل رسائل البريد الالكتروني والإنترنت لمراقبة المعلومات غير المرغوبة "Unwelcome Information"

وقد تم تطوير قواعد بيانات متعددة اللغات يمكن الوصول إليها عبر شبكة الوب العالمية ، وتتيح معلومات حول قضايا متنوعة ، وذلك باللغات اليابانية والفلبينية والكورية والإنجليزية ، و تستخدم قواعد البيانات بوصفها وسيلة لمشاركة الموارد ومصادر المعلومات حول القضايا الراهنة التي تلقى اهتمام المرأة في الإقليم بلغات مختلفة . وفى حين يكتشف عدد أكبر من المنظمات النسائية فعالية الإنترنت في الاتصال واسترجاع المعلومات ، فإن عددًا كبيرًا

منها بدأ بالفعل في بث المعلومات الخاصة به عبر الشبكة . وهكذا، توجد مواقع على شبكة الويب Websites لمنظمات نسائية فى دول عدة مثل : اليابان وماليزيا واستراليا ونيوزيلندا وكوريا وسنغافورة وتايلاند .

وتوجد خدمة تدعى «تبادل الموارد النسائية الآسيوية» Asian Women's Resources Exchange (AWORC) ، وهي خدمة معلوماتية نسائية تعتمد على الإنترنت ، وأنشئت لكي تضم المعلومات ووسائل الإعلام والمنظمات النسائية المتعلقة بالمرأة في القارة الآسيوية . وتبحث هذه الخدمة تطوير مداخل للتعاون والشراكة لاكتشاف تطبيقات جديدة في مجال زيادة وصول المرأة إلى تكنولوجيات الاتصال والمعلومات . وتهدف هذه الشبكة إلى تسهيل بناء شبكة إقليمية وقومية لحركة المرأة الآسيوية من خلال الترويج لمشاركة موارد المعلومات الإلكترونية ودعم البرامج المختلفة للدفاع عن حقوق المرأة .

أمريكا اللاتينية :

توجد زيادة مستمرة في نسبة المستخدمات للإنترنت ، ولكن لا تزال هذه النسبة أقل بكثير من نسبة الرجال . ووفقًا لتقرير الأمم المتحدة للتنمية البشرية ، ففي عام ١٩٩٨ كان بإمكان ٠,٨٪ من سكان الإقليم الوصول إلى الإنترنت ، ومن بين هؤلاء كان ٩٠٪ ينتمون إلى جماعات تتمتع بدخل مرتفع للغاية . وفي البرازيل فإن ٢٥٪ من مستخدمي الإنترنت من النساء. وأوضحت دراسة أجريت في المكسيك عام ١٩٩٩ أن ٣٣٪ من مستخدمي الانترنت كانوا نساء مقارنة بنسبة ١٨٪ كانت مقدرة قبل عامين مضيا.

وبعيدًا عن الاستخدام التجاري للإنترنت ، بدأت منظمات المجتمع المدني في استخدام الاتصال الالكتروني في الإقليم مبكرًا منذ أواخر الثمانينيات ، وتوجد زيادة دالة في استخدام هذا النمط من أنماط الاتصال من قبل المنظمات النسائية تعود جذورها إلى عامي ١٩٩٤ ، ١٩٩٥ ، وتواصل المنظمات النسائية استخدام هذه التكنولوجيا في تنسيق الأنشطة وتبادل المعلومات ، ومن الملاحظ أن وجود هذه المنظمات في زيادة مستمرة على شبكة الوب العالمية .

وقد شنت «لجنة أمريكا اللاتينية لحقوق المرأة Latin Amercia Commission on Women's Rights حملة بالبريد الالكتروني e-mail campaign للدفاع عن حقوق الإنسان المتعلقة بالمرأة . كما تتيح وكالة معلومات

أمريكا اللاتينية Agencia Latinoamericana de Information برنامجًا للمرأة في الإكوادور لتقديم النصح لمبادرات المرأة والشبكات الإقليمية عند تخطيط سياساتها الاتصالية متضمنة الإنترنت ، ويعمل ذلك على تسهيل الروابط المعلوماتية مع الحركات الاجتماعية الأخرى.

الإقليم الأوروبي:

يوجد عدد من المبادرات الحكومية الجديدة بالاهتمام ، على الرغم من ندوتها، ومن بينها دراسة أجريت عام ١٩٩٧ بدعم من اللجنة الأوروبية حول «الصورة الذهنية للمرأة في وسائل الإعلام» Images of Women in the Media ، وعلى الرغم من أن البحث قدم توصيات ومقترحات مهمة يمكن تنفيذها على الفور، فإن القليل منها وضع موضع التنفيذ في الممارسة الإعلامية.وفى قراره (A4-0258197) ، أشار البرلمان الأوربي (بناء على تقرير لجنة حقوق المرأة) إلى أن التشريعات الوطنية والأوروبية لحماية المرأة من الصور الذهنية المهينة في وسائل الإعلام غير كافية . وبناءً عليه ، دعت اللجنة إلى سن تشريع يحظر كل أشكال الصور الجنسية Pornography وسائل الإعلام والإعلانات. وكان الإعلان عن السياحة الجنسية sex tourism قضية أخرى تمت إدانتها في هذا القرار .

ومن بين المجالات الأخرى التي تحققت فيها مكاسب للمرأة ، انتشار تكنولوجيات الاتصال والمعلومات ومراقبة محتوى وسائل الإعلام من قبل جماعات مراقبة وسائل الإعلام . وبدأت « الشبكة القومية للمرأة في المهن والتكنولوجيا WITT National Network الكندية برنامجًا بعنوان : «المرأة في تكنولوجيا المعلومات » لدعم الفتيات والنساء اللاتي يأملن في اكتشاف مهن وظائف لهن.

وتعد « جماعة الضغط الأوروبية للمرأة» European Women's Lobby أكبر جهاز يقوم بالتنسيق بين المنظمات النسائية الأوروبية غير الحكومية في الاتحاد الأوروبي ، التي يبلغ عددها ما يزيد عن ٢٧٠٠عضوًا موزعة على ١٥ دولة . وتقوم هذه الجماعة بمراقبة الأنشطة التشريعية الأوروبية بانتظام لكي تتحرك وقت الضرورة.

وفي فرنسا ، طورت منظمة «بنلوب» Les Penelopes برنامجًا

تليفزيونيًا تفاعليًا باسم "Cybertemmes" مصحوبًا بمناقشات مباشرة Online Discussions ، ونصوص توضح خلفية القضايا المختلفة المطروحة . كما تُعنى ((الخدمة الدولية لجمع أخبار المرأة)) بتقديم البرامج الإخبارية الإذاعية المتعلقة بالمرأة على الإنترنت Netcasting وتبادل البرامج الإذاعية .

الدول العربية :

في سوريا ، يبحث ((اتحاد المرأة السورية)) حاليًا إنتاج برنامج إذاعي وآخر تليفزيوني يهتمان بشؤون الأسرة ، هذا بالإضافة إلى إنتاج ((مجلة المرأة العربية)) يشرف الاتحاد أيضًا على أعمال ((نادي السينما)) ، ويعمل على اكتشاف المواهب النسائية .

وفي اليمن ، تحتل المرأة منصب السكرتير العام لوزارة الإعلام . وعلاوة على ذلك ، فإن نسبة النساء العاملات في وزارة الإعلام تصل إلى ٩ , ١٥٪ مقارنة بنسبة ١٠٪ من النساء العاملات في التليفزيون اليمني.

وفي فلسطين ، تم إنتاج برامج إذاعية وتليفزيونية تهدف إلى التخلص من الصورة النمطية للمرأة في المجتمع الفلسطيني. ويوظف الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية بالتعاون مع منظمات أخرى غير حكومية كل أشكال وسائل الإعلام لانتقاء الأنماط الثابتة للمرأة في الأفلام والدراسات والجرائد و وبرامج الراديو والتليفزيون . وتعمل وزارة الإعلام حاليًا على إنشاء قاعدة بيانات شاملة لكل مجالات الاهتمام بالمرأة الفلسطينية ، وسوف يتم الإفادة منها عند رسم الإستراتيجيات والسياسات وخطط العمل ، وذلك من أجل التخلص من الصور الذهنية النمطية للمرأة في وسائل الإعلام . وينظم قسم التخطيط التنموي بالتعاون مع وكالات حكومية وغير حكومية أخرى ورش تدريب تتعلق بالجنس وعلاقته بالمعلومات والاتصال .

وفي الكويت ، كفلت الحكومة وصول المرأة إلى الوظائف العليا في قطاع الإعلام بقدر مساو للرجل . ونتيجة لذلك ، احتلت المرأة الكويتية منصب ((المدير)) لعدد من الأقسام في المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة ، بالإضافة إلى منصب مساعد السكرتير العام في وزارة الإعلام .

وفي الإمارات العربية المتحدة والبحرين ، يعد وجود المرأة في وسائل

الإعلام قويًا في مواقع صنع القرار التي يشغلنها، والمناقشات التي يحضرنها، فضلا عن القضايا التي تهتم بها المؤسسات الإعلامية المختلفة في كلتا الدولتين .

وفى مصر ، تبنت اللجنة القومية للمرأة أهدافًا عدة بهدف تحسين الطريقة التي تعالج بها قضايا المرأة في وسائل الإعلام ، والتخلص من الأنماط الثابتة السلبية التي تعانى منها المرأة المصرية ، ويتم ذلك من خلال تسليط الضوء على الصور الإيجابية للمرأة ، ولاسيما النماذج الناجحة للنساء المصريات .

وفى الأردن ، تؤكد خطة العمل الوطنية للمرأة الأردنية على أهمية إنتاج برامج إعلامية لتضمينها منظورًا يتعلق بالمرأة Gender Perspective وتشجيع مشاركة المرأة في تحديد صيغة الدراسات المتعلقة بوسائل الإعلام ، والخطط والسياسات وعلى سبيل المثال ، عينت المرأة الأردنية مؤخرًا ، رئيسًا للمؤسسة الإذاعية الرسمية وقد قامت مؤسسة Sisterhood وهي مؤسسة عالمية ، بتنفيذ مشروع لمشاركة المعلومات Information – sharing project يربط النساء في الجنوب بالنساء الأخريات في الدولة والعالم ، وذلك باستخدام وسائل وأساليب اتصالية ومعلوماتية جديدة .

وفى العراق ، تم وضع معايير واضعة لإنتاج كل المواد الإعلامية التي تتعامل مع موضوعات المرأة ، والتي تسهم بدورها في تكوين الرأي العام العراقي. وقد قدمت منظمات المرأة غير الحكومية برامج تدريب مختلفة حول المرأة في وسائل الإعلام ، وقد دعم اتحاد المرأة العراقية أيضًا إنشاء القسم التقني للراديو والتليفزيون لتحسين قدراتها على إنتاج مواد مطبوعة وسمعبصرية للمرأة العراقية الريفية والحضرية .

وقد أنشئت مؤخرًا شبكة من الصحفيين العرب المهتمين بقضايا التنمية لتسهيل الاتصال والتضامن فيما بين الصحفيين . وبإنشائها عام ١٩٩٩ ، فإن هذه الشبكة ، التي مقرها دمشق وتضم ٣٠ صحفيًا، تهدف أيضًا إلى الارتقاء بالمهارات الصحفية لأعضائها . وبالإضافة إلى ذلك ، تركز الشبكة أيضًا على متابعة أعمال المؤتمر الدولي للسكان والتنمية والمؤتمر الدولي الرابع حول المرأة.

ومن السعودية ، صدرت في أوائل عام ٢٠٠٠ أول مجلة نسائية إلكترونية على الإنترنت باسم ((عربيات))، وقام بإعدادها وتنفيذها ثلاث سعوديات

تجمعهن الموهبة والقدرة على الإبداع والابتكار والتجديد . وسبق إصدار المجلة دراسات مستفيضة استغرقت أكثر من عام ونصف العام للوصول إلى قالب متكامل يلبي مطالب المتصفح العربي، ويقدم فكرًا جديدًا تخطو به المرأة العربية نحو عصر جديد قوامه التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال والمعلومات . وكان الهدف من مجلة عربيات منذ البداية إبراز الهوية العربية والجمع بين الفن الصحفي في الصحافة المطبوعة والتقنيات الحديثة في إطار واحد ، ويتكون طاقم تحرير المجلة من مهتمات بالصحافة والأدب . وتقوم المجلة بتغطية الأحداث العربية من خلال شبكة مراسلي المجلة المنتشرين في عدة دول ، علاوة على إعداد اللقاءات مع رموز الوطن العربي في مختلف المجالات واستطاعت المجلة خلال فترة قصيرة لا تتجاوز تسعة أشهر أن يصل عدد زوار موقعها إلى ٦٠٠ ألف زائر في الشهر الواحد ، وقد صدرت إحصاءات عن عدد من مزودي الخدمة Service Suppliers في السعودية حصلت فيها «عربيات» على مرتبة متقدمة من حيث حجم الزائرين لموقعها ، حيث أتت مباشرة بعد الموقعين العالميين Yahoo و Hotmail.

وفى نهاية عام ٢٠٠٠، انتهت الإدارة العامة لشؤون الإعلام بجامعة الدول العربية من إعداد مشروع لإنشاء طريق سريع عربي للإعلام والمعلومات تنفيذًا لقرار مجلس وزراء الإعلام العرب . ويهدف المشروع إلى تمكين مؤسسات الإعلام العربية من نقل المعلومات والمواد الإعلامية وتبادلها بسرعة عالية بهدف إثراء العمل الإعلامي العربي وضمان التواصل بين مؤسساته . ويضم المشروع شبكات محلية أرضية لدى كل طرف تعمل وتدار بالحاسب ، ويتم ربطها بشبكة فضائية عربية موحدة عبر الأقمار الصناعية العربية ، وهذه الشبكة الموحدة تحتاج إلى محطة أرضية في كل دولة عربية إضافة إلى محطة أرضية وسيطة في مقر الأمانة العامة بجامعة الدول العربية ، مع توفير سعة فضائية مناسبة. ومن هنا، يهدف المشروع إلى إنشاء شبكة ذات مواصفات وإمكانات تتيح نقل المعلومات والبيانات والمواد الإذاعية المرئية والمسموعة والمطبوعة وتبادلها بسرعات عالية ، وفى أزمنة أقصر كثيرًا مما تتيحه خدمات الربط الهاتفي والفاكس لم يتم تنفيذ هذا المشروع بعد حتى أوائل عام ٢٠٠٤.

المبحث الثالث

المعوقات التي تواجه المرأة العربية والإفريقية في مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

إن المعوقات التي تواجه استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الدول العربية والإفريقية متعددة ومعروفة جيدًا . فكلفة الوصول إلى الإنترنت على كل المستويات يجعل من الصعب الوصول إليها Inaccessible بالنسبة لأغلب السكان . كما أن أجهزة الكمبيوتر والمودم يتم استيرادها من الدول الصناعية مع زيادات في النقل والواجبات ومعدلات التبادل . كما أن كلفة الوصول إلى الخدمات المباشرة Online Access تعد غالية لأغلب المستخدمين . وعلاوة على ذلك ، فإن خطوط التليفون لا يعتمد عليها بصفة عامة ، في حين أن الطاقة الكهربية قد تكون متقطعة . وتتضمن المشكلات الأخرى الافتقار إلى الوصول إلى التدريب ونقص المعلومات التقنية ، ونقص أجزاء الكمبيوتر وصعوبة صيانته وإصلاحه ، والمعدلات العالية للإهمال التكنولوجي، ونقص المهارات البشرية والمعرفية . كما تعد اللغة عائقًا، ولاسيما في إفريقيا الفرانكفونية والدول العربية ، وذلك لأن معظم البرامج التدريبية وبرامج الكمبيوتر والمؤتمرات الإلكترونية والدوريات المتخصصة تصدر بالإنجليزية .

وبناء على ما يراه المشاركون في ورشة عمل في اجتماع إستراتيجية أفريقيا لاتحاد الاتصال التقدمي APC Africa Strategy Meeting، فإن القضايا الأساسية لتنمية تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في أفريقيا هي على النحو الآتي[٣٠]:

توجد حاجة لإنتاج محتوى معلوماتي أفريقي مناسب ، على أن يتم توزيع هذه المعلومات بطريقة مناسبة عبر أفريقيا، فتراث المعلومات الخام يعد ذا قيمة عالية للوثوق بالآخرين ، ولا توجد أية موارد موجهة لهذه الحاجة تقريبًا .

- وتبقى البنية الأساسية في مجال التليفونات والاتصالات خارج المدن بدون مخصصات حقيقية ، وهى مشكلة تعنى أن الخصخصة لن تحلها . فالاستثمار الخاص يتركز بصفة عامة في المدن الرئيسية .

- يمثل الاستثمار الدولي القليل في مجال التدريب التقني حاجة ملحة، وبخاصة في تدريب مزيد من النساء على الدخول إلى الشبكات، وهو غالبًا ما يهمل الحاجات الخاصة بالقارة الإفريقية.

وبالإضافة إلى ذلك، فإن الاتجاهات الثقافية والمشكلات تضع تحديات أمام مجالات تنفيذ التكنولوجيا التي لا تحتاج إلى إمكانات أساسية Hardware و تتمثل هذه المجالات في الافتقاد إلى الخبرة في تضمين الشبكات الإلكترونية الاتصال التنظيمي Inter-organisational Communicationوالميل إلى وضع تكنولوجيات الاتصالات في مكاتب المديرين أو نوابهم.

وهذه المعوقات التي تواجه استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات تتزايد وتتفاقم أمام النساء العربيات والأفريقيات نتيجة لدخولهن المنخفضة ومكانتهن الاجتماعية المتدنية، ونتيجة للافتقار إلى التدريب والتعليم، ولتمركزهن في الوظائف المتدنية المستوى وافتقادهن الوقت والاستقلالية.

إن الصعوبات الاقتصادية في بلادنا تجعل من المستحيل للنساء اللاتي يجب أن يدفعن الرسوم الدراسية لأطفالهن ويلبين الحاجات الأساسية الأخرى أن يوفرن المال لشراء المكونات الأساسية لجهاز الكمبيوتر Computer Hardware على سبيل المثال، وهذا ما يفسر مسألة أن المرأة بعد حضورها دورات الكمبيوتر، إذا لم يكن لديها جهاز كمبيوتر في المكتب لتمارس عليه ما تعلمته، فإنها حينئذ سوف ترتد إلى الأمية لأنها لا تستطيع أن تشترى جهاز كمبيوتر.. أما الرجال فإن عددًا كبيرًا منهم يتقنون تعلم الكمبيوتر لأن لديهم مزيدًا من الوقت، وحرية الوصول إلى تكنولوجيات الاتصال والمعلومات وبيئة داعمة لهم لاكتساب كل ما يجده من مهارات.

حتى السيدات العاملات يواجهن أيضًا صعوبات، فثمة محامية في أوغندا تقر بأهمية الوصول إلى شبكة الإنترنت العالمية للحصول على المعلومات والدعم والدفاع عن حقوق المرأة، ولكنها لم تكن قادرة على أن تحصل على خط تليفون منفصل. ولاستخدام البريد الالكتروني e-mail فإنها تقود سيارتها ٢٠كيلو مترًا إلى مكتبة الجامعة، وتقدم نسخة من المعلومات التي تود إرسالها سواء في شكل صفحات مكتوبة أو قرص مرن، وتدفع دولارًا أمريكيًا للصفحة لإرسال رسالة و٥٠ سنتًا أمريكيًا للصفحة لاستقبال رسالة. وعليها أن تنتظر

يومين لتحصل على الردود، ولكن معظم بريدها الالكتروني الذي ترسله لا يصل أبدًا إلى الجهات المعنية ؛ لأن العناوين التي تكتبها إدارة المكتبة على لوحة المفاتيح غالبًا ما تحمل أخطاء[٣١].

والوصول العام والواسع النطاق المتدني والمنخفض والمحدود للتعليم والتدريب الذي تعانى منه المرأة العربية والإفريقية له عدد من الجوانب المتشعبة التي تؤثر على استخدامها لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات :

– المعدلات العالية للأمية بين النساء العربيات والإفريقيات تعد العقبة الأولى أمام استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات .

– المعدلات العالية للأمية بين النساء العربيات والإفريقيات تعد العقوبة الأولى أمام استخدام تكنولوجيات الاتصال والمعلومات.

– قضايا اللغة التي تواجه المرأة ، التي تعانى من ضيق الوقت وقلة المال والوصول إلى تعلم اللغة الانجليزية – اللغة المسيطرة على تكنولوجيات الاتصال والمعلومات – أو لترجمة المعلومات الموجودة أو كتب التدريب إلى اللغة الفرنسية أو اللغة العربية أو اللغات المحلية .

– لدى المرأة فرص محدودة للالتحاق بدورات تعلم أساسيات الكمبيوتر، فما بالنا بدورات الكمبيوتر المتقدمة .

والتأثيرات الاجتماعية على علاقة المرأة بالتكنولوجيا تؤثر أيضًا على اتجاهات المرأة نحو تكنولوجيات الاتصال والمعلومات . والميل إلى توجيه المرأة إلى وظائف ومهن ومسؤوليات غير تكنولوجية يعنى أن المرأة تشعر بالخوف والارتباك عند تعاملها مع تكنولوجيات الاتصال والمعلومات . وتوصلت دواسة أجريت في نيجيريا Nigeria إلى أن النساء يرين كلمة «تكنولوجيا» Technology بدت ذات دلالة ذكورية male connotations حتى رغم أن كلمة معلومات Information بدت أكثر أنثوية more feminine ويؤمن البعض بأن التعامل مع تكنولوجيات الاتصال والمعلومات قد يقود النساء إلى الجنون . وتشير هذه الأمثلة إلى مستوى عال من عدم الارتياح من تكنولوجيات المعلومات الجديدة[٣٢].

وبصفة عامة ، فإن النساء لا يشغلن وظائف تركز على تكنولوجيا الاتصال

والمعلومات ICT-Based Professions سواء في الشمال أو الجنوب، وذلك على الرغم من أن هذا قد بدأ في التغير ببطء. وعندما يوظفن في هذا القطاع، فإن المسؤولين يميلون إلى أن يعطوهن أجورًا ومواقع متدنية. والهيراركية القوية في المؤسسات والصناعة تعنى أنه بسبب مواقعهن المتدنية، لا تستطيع النساء أن يصلن إلى جهاز الكمبيوتر حتى ولو كان لديهن قدرة عالية على التعامل معه والحاجة إلى استخدامه. والشكوى العامة في ورشة العمل حول «المرأة والإنترنت» Women and the Internet في ندوة المنظمات غير الحكومية في بكين كان مؤداها أن أجهزة الكمبيوتر والمودم تميل إلى أن تذهب إلى مديري المكاتب الذكور حيث تبقى بدون استخدام بدلًا من أن تذهب إلى القائمات بأعمال السكرتارية والاستقبال الإناث اللاتي يمتلكن الرغبة والقدرة على استخدام الكمبيوتر في الاتصالات وإنتاج المستندات[٣٣].

وفي قطاع المنظمات غير الحكومية Non-governmental Organization (NGO)»، تميل المنظمات النسائية إلى أن تكون فقيرة في المعلومات Information poor بصفة عامة، بالإضافة إلى الافتقار إلى الألفة في التعامل مع تكنولوجيات الاتصال والمعلومات، ونقص التدريب، والافتقار إلى خطوط تليفونية، ونقص الموارد المالية. وتركيز المنظمات غير الحكومية على مجهودات التنمية على أرض الواقع يمكن أن يؤدى إلى عدم الثقة بتكنولوجيات الاتصال والمعلومات أو إلى الاعتقاد بأن هذه التكنولوجيات غير مناسبة للدول النامية. فتعامل المنظمات غير الحكومية مع الفقر، حيث يتم التركيز على الظروف والحاجات الأساسية لأدنى معايير الحياة - يمكن أن يأخذ أولوية على الرفاهية التكنولوجية. ولأن النساء يشكلن الأغلبية الأكثر فقرًا، فإن تركيزهن على الضرورات سوف يخفف من قبولهن أو حتى وعيهن بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

التغلب على المعوقات:

من خلال ما أسلفنا، يبدو جليًا أنه من المهم ضمان مشاركة المرأة في تكنولوجيات الاتصال والمعلومات التي توائم موقفها ومفاهيمها واهتماماتها.

ويجب دعم المرأة في مجالات الخلق والإبداع وتنمية قدراتها التكنولوجية، ولن يتم ذلك إلا بالتغلب على العقبات التي تواجه المرأة العربية والإفريقية،

ويمكن أن يتم ذلك - في رأينا - على النحو الآتي :

أ- التغلب على الأمية :

فالعائق الجوهري لاستخدام المرأة للتكنولوجيات الجديدة في الدول النامية هو الأمية ، وهذا يعد أمرًا حقيقيًا بالنسبة للدول العربية والإفريقية . وثم مدخل جديد إلى هذه القضية يوضح أن تكنولوجيات الاتصال والمعلومات يمكنها، في الحقيقة ، المساعدة في التغلب على الأمية ، فمركز الاتصالات والتوظيف الذاتي للمرأة Center for Communications and Women's Self Employment في العاصمة الموريتانية نواكشوط يقوم بربط التعلم أو محو الأمية بحزمة من المهارات والخدمات المقدمة لدعم الأنشطة التي يمكن أن تقوم بها المرأة . ويقدم المركز فصولًا تهدف إلى التوظيف الذاتي في مجالات الحياكة والتنظيف وتجفيف الأسماك وغزل السجاد، وفى الوقت ذاته يقدم المركز أيضًا دروسًا في تكنولوجيا الحاسب الآلي. وتعمل تجارب أخرى على الإفادة من الأقراص المدمجة لتطوير مهارات القراءة لدى الأميين .

ب - تيسير التعليم والتدريب للنساء والفتيات:

حيث يمكن تنظيم ورش عمل تقدم للمشتركات فيها تدريبًا على استخدام شبكات المعلومات ، وأجهزة مودم وأقراص كمبيوتر وعناوين للوصول إلى مواقع تهم المرأة على شبكة الإنترنت ، ويمكن أن يتم دعم ورش العمل هذه من قبل المنظمات غير الحكومية أو بعض المانحين من شركات الكمبيوتر والاتصالات .

جـ- قيام الجمعيات الأهلية بدورها :

إن النمو السريع للجمعيات النسائية الأهلية على كل المستويات في الدول العربية والإفريقية وقدرتها الواضحة على تطوير التعليم والتدريب يجعلها عنصرًا أساسيًا لأية إستراتيجية تعمل على تشجيع مشاركة المرأة في تكنولوجيات الاتصال والمعلومات ، وخاصة أن هذه المنظمات تلقى ثقة كبيرة من قبل المجتمعات المحلية ، وتتسم بالمرونة في عملها، وأبدت ابتكارًا كبيرًا وتحديثًا في تشكيل مشروعات التنمية وإدارتها . ومن هنا، تحتل مثل هذه الجمعيات مكانة تؤهلها للعمل مع المنظمات والمؤسسات التقنية لتطوير التدريب على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتنفيذ البرامج .

د - نظم الوصول إلى تكنولوجيا الاتصال والمعلومات:

بسبب الكلفة والخبرة التكنولوجية وقضايا الإصلاح والبنية الأساسية ، لن تكون تكنولوجيات الاتصال والمعلومات في متناول أيدي الأفراد في المستقبل المنظور. ومن هنا . فإنه يجب تطوير نظم بديلة للوصول إلى المعلومات وتوزيعها، على أن تكون هذه النظم ملائمة للدول النامية . ويعد هذا أمر مهمًا بالنسبة للمرأة التي لا تتمتع بقدرة اقتصادية عالية وخبرة فنية متقدمة .

لذا يجب أن تركز الإستراتيجيات التي توضع للنساء على نظم البريد الالكتروني والمؤتمرات ، فالمرأة تميل إلى استخدام البريد الإلكتروني أكثر من خدمات الإنترنت الأخرى، لأسباب تتعلق بالوقت والكلفة والمستوى التقني. وإذا كان موقف المرأة ودخلها يجعلانها متقوقعة في النظم التكنولوجية البسيطة ، فيجب توجيه مزيد من الانتباه إلى ما مكن إنجازه بالتكنولوجيات الجديدة التي لا تتسم بالتعقيد .

هـ- محدودية وقت المرأة

إن افتقار المرأة إلى عنصر الوقت لابد أن يؤثر على شكل تكنولوجيات الاتصال والمعلومات ومضمونها . ومعظم النساء لن يدركن مزايا هذه التكنولوجيات ، ولن يكون بمقدورهن استخدامها بطاقتها القصوى، إذا لم يرين منفعة حالية نتيجة للإسهام فيها . إن النساء ليس لديهن الوقت للدردشة والمناقشات الفلسفية والشبكات الإلكترونية العامة غير المتخصصة ، لذا فلابد من حلول عملية تؤدي إلى إفادتهن من مزايا التكنولوجيا الجديدة . ومن ثم ، لابد من تطوير شبكات معلومات متخصصة ومشروعات اتصالية في القطاعات التي يرينها ملحة مثل الصحة العامة والصحة الإنجابية والتعليم ..... إلخ .

و - تنفيذ نظم تكنولوجية رفيقة بالمرأة :

إذا كانت الملكية الفردية لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات للأغلبية العظمى من النساء في الدول العربية والإفريقية ليست متاحة في المستقبل المنظور، فإن هذا يعنى أن السؤال المتعلق بأين وكيف يمكنهن الوصول إلى هذه التكنولوجيات يبقى سؤالًا جوهريًا . وفى الوقت الراهن ، فإن نساء الطبقة المتوسطة اللاتي يشغلن وظائف هن اللاتي يستخدمن التكنولوجيات الجديدة التي غالبًا ما توجد في أماكن عملهن . ولكي يتم تيسير وصول النساء من

مختلف الطبقات والقطاعات إلى التكنولوجيات الجديدة ، فإن هذه التكنولوجيات يجب أن تتوافر في المؤسسات المحلية التي تتيح وصولًا متساويًا للنساء، مثل : المراكز الصحية ، المنظمات النسائية غير الحكومية ، مراكز توظيف المرأة ، المكتبات وأقسام دراسات المرأة ومؤسساتها وربما المساجد والكنائس .

نتائج الدراسة :

أوضحت الدراسة في مبعثها الأول أن المساواة في الوصول إلى تكنولوجيا الاتصال و المعلومات غير مكفولة لكل الجماعات الاجتماعية ، حيث تبين أنه يوجد قدر كبير من التمييز فيما بين الأثرياء والفقراء، والبيض والملونين ، والشباب والشيوخ . وتتجلى هذه التفرقة والافتقار إلى العدالة والمساواة في التمييز القائم على أساس النوع .

وقد تبين أن السيدات اللاتي يعملن في مهن متعلقة بالكمبيوتر يكسبن أقل بكثير مما يكسبه زملاؤهن الذكور، كما أن السيدات يتحملن وطأة فقدان وظائفهن من جراء الاتجاه إلى «أتمته المكاتب Office Automation ، وظهور نظم هندسة البرامج بمساعدة الكمبيوتر، وأن السيدات هن اللاتي يعملن – على نحو أساسي – في تجميع أجزاء الكمبيوتر ليكُنَّ عُرضة لاستنشاق المذيبات المستخدمة مع رقائق الكمبيوتر، وهو ما قد يؤدى إلى إصابتهن بالخلل في جهاز لمناعة وتشوهات الجنين والإجهاض .

وأوضحت الدراسة كذلك أن الذكور يميلون إلى الاستخدام الواسع للوسائل التكنولوجية الجديدة ، وهم الذين قاموا بتصميم كثير من المكونات الصلبة لوسائل الاتصال Hardware والبرامج التي تقوم بتشغيلها Software في حين تميل النساء إلى التمثيل المحدود فيما يتعلق لوصول إلى التكنولوجيات الجديدة ، وخاصة النساء اللاتي ينتمين إلى المناطق الأقل تقدمًا والجماعات الهامشية.

ولعل من أبرز نتائج الدراسة أن الطريق السريعة للمعلومات Information Superhighway تبعث الأمل في فتح الأبواب أمام النساء على نحو يؤدى في النهاية إلى تجاوز معيار النوع في التعامل مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والوصول إليها . ومن هنا فإن الموقف الذي يتسم بانعدام العدالة والمساواة في تعامل المرأة مم تكنولوجيا الاتصال آخذ في التغير، ولاسيما

في الدول المتقدمة ، كالولايات المتحدة وغرب أوربا، حيث برزت سيدات في المجال التكنولوجي في السنوات القليلة الماضية .

وقد توصلت الدراسة في مبعثها الثاني إلى عدد من المكاسب التي حققتها المرأة في علاقتها بتكنولوجيا الاتصال عقب مؤتمر بكين ، حيث أتاحت تكنولوجيات المعلومات الجديدة للنساء إمكان وصول بعضهن إلى بعض ، وإنشاء شبكات تربطهن بفعالية أكثر لمشاركة المعلومات والمصادر على نحو أسرع ، واستخدام الوسائل الالكترونية للدفاع عن حقوق المرأة ودعم التضامن معها ، وزيادة نسبة المستخدمات للإنترنت وزيادة وجود منظمات المرأة على شبكة الوب العالمية .

وبالنسبة لموقف المرأة العربية في مجال الاتصال ، تبين زيادة نسبة النساء العاملات في وزارات الإعلام ، وإنتاج برامج إذاعية وتليفزيونية تهدف إلى التخلص من الصور الذهنية النمطية للمرأة ، وتسليط الضوء على الصور الإيجابية للمرأة ولاسيما السيدات الناجحات في مجالهن . وكفلت الحكومة الكويتية الوصول المتساوي للمرأة إلى الوظائف العليا في قطاع الإعلام ، كما أصبح وجود المرأة في الإمارات والبحرين قويًا في مواقع صنع القرار في وسائل الإعلام .

وخلصت الدراسة إلى وجود عدد من المعوقات التي تواجه استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الدول العربية والأفريقية خاصة ، والدول النامية على وجه العموم ، وتتمثل أهم هذه المعوقات التي فصلناها في المبحث الثالث في الافتقار إلى بنية أساسية معلوماتية ، وشيوع الأمية ، وسيطرة اللغة الإنجليزية على شبكات المعلومات ، والاستثمار المحدود في مجال تدريب النساء على الدخول إلى شبكات المعلومات ، والتحاق المرأة المحدود بدورات تعلم أساسيات الكمبيوتر.

وتبين أنه لكي يتم التغلب على هذه المعوقات فإنه لابد من التغلب على الأمية الأبجدية والتكنولوجية في وقت واحد، وتيسير التعليم والتدريب على شبكات المعلومات للنساء والفتيات ، وقيام الجمعيات الأهلية بتدعيم مشاركة المرأة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتركيز على النظم التي تتسم بالبساطة وعدم التعقيد في الوصول للتكنولوجيا الجديدة . وإتاحة الوسائل

التكنولوجية في مجالات تخصص معينة : كالصحة العامة والإنجابية والتعليم للتغلب على مشكلة محدودية وقت المرأة ، وتنفيذ نظم تكنولوجية رفيقة بالمرأة .

التوصيات:

وفى النهاية ، توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات التي تمثل في مجموعها إستراتيجية تعمل على تمكين النساء العربيات والأفريقيات من التغلب على العقبات التي حددناها سلفًا ، وتساعدهن على ضمان وصول أكثر عدالة ومساواة إلى تكنولوجيات الاتصال والمعلومات الجديدة والناشئة ومصادر المعلومات الإلكترونية ، وتتضمن هذه الإستراتيجية خطوط العمل الآتية:

أولًا : دعم وصول النساء والفتيات والمنظمات النسائية إلى تكنولوجيات الاتصال الجديدة والناشئة وموارد المعلومات الإلكترونية ، ويمكن أن يتم ذلك بالعمل على مايأتي:

أ- أن تقوم جامعة :الدول العربية ومنظمة الوحدة الإفريقية بدعم الحملات التي تستهدف زيادة الوعي بين النساء عن مزايا هذه التكنولوجيات ، وأن يتم تخصيص ميزانيات لتسهيل الوصول إلى شبكات المعلومات وخاصة في المناطق التي لا تتمتع ببنية أساسية تكنولوجية .

ب - أن تقوم الحكومات العربية والأفريقية بدعم المبادرات التي تعمل على تسهيل وصول النساء إلى هذه التكنولوجيات ، وتقديم الدعم في مجال التشريعات والبنية الأساسية ، والحد من عوائق الكلفة .

جـ- أن تتبنى المنظمات النسائية العربية والأفريقية هذه التكنولوجيات وتبحث سبل وأساليب تكييفها مع احتياجاتها، وأن تقوم تلك المنظمات التي تتمتع بالوصول إلى هذه التكنولوجيات بدعم تلك المنظمات التي لا تفيد من موارد المعلومات المتاحة .

ثانيًا : دعم موارد المعلومات الإلكترونية وتطويرها فيما يتعلق بقضايا تقدم المرأة ، ويمكن أن يتم ذلك بالعمل على:

أ - أن تقوم جامعة الدول العربية ومنظمة الوحدة الأفريقية والحكومات العربية والأفريقية بإتاحة الوصول إلى المعلومات الرسمية أمام الشبكات الأهلية الموجودة ، وأن تقوم بتقديم تسهيلات في مجال البنية الأساسية للمبادرات التي

تعمل على إنشاء بنوك المعلومات Data Banks وخدمات المعلومات المباشرة On-line Information Services وشبكة الإنترنت ... إلخ ، وتقوم بتخصيص الميزانيات لجمع المعلومات ومعالجتها باللغات المختلفة .

ب-أن تشارك المنظمات النسائية العربية والإفريقية في مساع جماعية لإتاحة المعلومات الالكترونية باللغات العربية والانجليزية والفرنسية .

ثالثًا: دعم المبادرات التي تقوم بها الجمعيات النسائية العربية والأفريقية في مجال شبكات الكمبيوتر التي تدعم تقدم المرأة والمساواة بين الجنسين ، ويمكن أن يتم ذلك بالعمل على ما يأتي :

أ - أن تقوم جامعة الدول العربية ومنظمة الوحدة الأفريقية بتخصيص ميزانيات للمساعدة في المبادرات التي تركز على النساء اللاتي ينتمين إلى المناطق المحرومة اقتصاديًا والجماعات المهمشة ، والمبادرات التي تدعم الحوار بين الجنوب والجنوب ، وبين الشمال والجنوب ، فيما يتعلق بالمنظمات النسائية و القائمات بالاتصال اللاتي يحرصن على دعم المساواة بين الجنسين عبر العالم .

ب - أن تقوم المنظمات النسائية العربية والأفريقية بتطوير المبادرات التي تسعى إلى إنشاء شبكات كمبيوتر ودعمها لتقوية قدراتها في مجال تنسيق أعمالها على المستوى الدولي للعمل على تقدم المرأة .

رابعًا: دعم وصول النساء والفتيات للتدريب في مجال استخدام شبكات الكمبيوتر والترويج لمنظور نوعي Gender Perspective في التدريب في مجال التكنولوجيات الجديدة ، ويمكن أن يتم ذلك بالعمل على ما يأتي :

أ- أن تقوم جامعة الدول العربية ومنظمة الوحدة الأفريقية بتخصيص ميزانيات لدعم دورات للتدريب على التكنولوجيات الجديدة وتطويرها .

ب- أن تقوم المنظمات النسائية العربية والأفريقية بتقديم مشروعات مقترحة تتعلق بالحاجات المحددة للنساء في مجال التدريب التقني في مجال تكنولوجيا الاتصالات الإلكترونية .

خامسًا : دعم الوصول المتساوي والمتكافئ للنساء إلى التدريب التقني المتقدم والوظائف في مجال الاتصالات الإلكترونية ، ويمكن أن يتم ذلك بالعمل على مايأتي :

أ - أن تقوم جامعة الدول العربية ومنظمة الوحدة الأفريقية بدعم الحملات المصممة للتغلب على المعوقات التي تواجه النساء والفتيات اللاتي يلتحقن بوظائف تقنية ، وأن تقوم بتخصيص ميزانيات للبنية الأساسية التي توجه إلى مراكز التدريب .

ب - أن تقوم الحكومات العربية والأفريقية بدعم الوصول المتساوي والمتكافئ للنساء إلى التعليم العالي والوظائف في مجال تكنولوجيا الاتصالات الإلكترونية ، وأن تقوم بتنظيم الحملات التي تستهدف تشجيع النساء والفتيات على الالتحاق بهذه الوظائف .

سادسًا: دعم المشاركة المتساوية للنساء في صنع القرار على المستوى الإقليمي والوطني فيما يتعلق باستخدام البنية الأساسية الاتصالية ، والوصول إلى شبكات المعلومات ، ويمكن أن يتم ذلك بالعمل على ما يأتي :

أ- أن تقوم جامعة الدول العربية ومنظمة الوحدة الأفريقية بدور أكثر فعالية في مجال دعم حقوق المناطق الفقيرة والمحرومة في النواحي التكنولوجية ، مع توجيه اهتمام خاص إلى النساء.

ب - أن تقوم الحكومات العربية والأفريقية بسن التشريعات الوطنية المتعلقة بشبكات المعلومات ، وأن تعمل على تأمين الوصول الديمقراطي للنساء والجمعيات الأهلية للشبكات الإلكترونية .

جـ - أن تقوم المنظمات النسائية العربية والأفريقية بالضغط النشط على الحكومات لضمان حقوقها في الوصول إلى شبكات المعلومات من خلال التشريعات الوطنية والخدمات العامة .

الهوامش

1 - Isis International- Manila (Coordinator), Alternative Assessment of Women and Media Based on NGO Reviews of Section J. Beijing Platform for Action. (Manila: Women Action, 2000), p.l.

2 - Ibid., p.3.

٣- انظر : محمود خليل ، تكنولوجيا برامج التحليل العلمي ببحوث الإعلام، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٨ ، ص ص ١٥٠-١٥١.

4 - Judith Butler, Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. (New York: Routledge Inc., 1990).

5 - Judy Wajcman, Feminism Confronts Technology, (Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press. 1991), p,XI.

6 - See:

-Donna Haraway: A Manifesto for Cyborgs: Science, Technology and Socialist Feminism in the 1980's. Socialist Review, 80 (15). 1985,pp.65-107.

-Donna Haraway: Semians Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature, (New York: Routledge Inc., 1991), pp.35-94.

7 - Cheris Kramarae (editor), Women and Technology, 1988,p.7.

8 - Elizabeth Lane Lawley: Computer and the Communication of Gender, April 1993.

9 - Vicki Culling: She Who Bleeds yet does not Die, (NewZealand: The Association for Women in the Sciences. Women, Science and our Future Conference, Jul. 1996), p. 25.

10-Nicola Armstrong: By the Light of the VDU, Telework and Gendered Relations. See: Ibid., p. 72.

11-Judy Owen: Teleworking: More than Just Technology in the Home, See:Ibid., p. 104.

12-Dale Spender: It's not A Superhighway-It's more like A Village Square, See :Ibid., p. 223.

13-A. Belinfante: Telephone Penetration and Household and Family Characteristics,(Washington:Federal Communication Commission, May1989),pp.112-115.

14-R. Kominski: Computer Use in the United States, Current Population Reports. Series 23. No. 155. (Washington: Government Printing Office. 1988), pp. 193-197.

١٥ - شريف درويش اللبان ، تكنولوجيا الاتصال : المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٠، ص١٧٢.

16-JohnV.Pavlike: New Media Technology; Cultural and Commercial Perspectives. (Boston: Allya and Bacon. 1996), p. 340.

17-Ibid.,p. 339.

١٨ : انظر : حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨ ، ص ص٣٣٩ – ٣٤١.

- J. Salvaggio and J. Bryant: Media Use in the Information Age, (New York: Erlbaum, 1989), pp.202-205.

19-Brian K. Williams and Others, Using Information Technology: A Practical Introduction to Computer & Communication. (Chicago: Richard Irwin Inc., 1995).p. 610.

20-Joseph Straubhaar & Robert La Rose: Communication Media in the Information Socity. (New York: Wadsworth Publishing Company. 1997),pp.437-439.

21-Hayes.Beyond the Silicon Curtain.(Boston: South End Press..1989)7 p. 120.

22-Ibid.

23-John V. Pavlik,New Media Technology,op.cit.,p.337.

24-ALAI: Women's Program: Gender and Information Technology: The Right of Women to have Equal Access to Computer Communications Technology and Networks. (Quito. Eduador: The Fourth World Conference on Women. Feb.1995),p.3.

25-John V. Pavlik: New Media Technology,op.cit.,p.337.

26-See:

-M.J.Davidson & C.L. Cooper, Women and Information Technology.(New York:Wiley,1987),pp.39-42.

-J.Zimmerman, Some Effects of the New Technology onWomen, in M. D. Ermann & M. B. Williams and C. Gutierrez, Computer, Ethics and Society, (New York: Oxford University Press, 1990),pp. 102-105.

-Bronwyn Fryer, Sex & the Superhighway. Working Woman, April 1994,pp.51-61.

27- John V. Pavlik, New Media Technology,op.cit.,pp.338-339.

28-Sherry Turkic, The Second Self: Computer and the Human Spirit, (New York: Simon and Schuster, 1984).

29-See in details:

-Isis International-Manila, Alternative Assessment of Women and Media, op. cit., pp. 6-13.

-UNDP: Human Development Report, 1999.

-Presse Communique of Selevt-IDC, Mexico, November. 1999.

-http://www. womenlobby.org/.

-http://www. penelope.org/.

-http://www. amazoncityradio.com/.

-http://www. arabiyat.com/.

- أميرة النمر ، عربيات : أول مجلة نسائية الكترونية على الانترنت ، نصف الدنيا، ٣١ من ديسمبر ٢٠٠٠.

- الأخبار ، طريق سريع للإعلام العربي والمعلومات ، ٢ يناير ٢٠٠١.

30-Sophia Huyer, Supporting Women's Use of Information Technologies for Sustainable Development, Submitted to the Gender and Sustainable Development Unit (IDRC), Feb. 18, **1997.** p.8.

31-Ibid.,p.9.

32-Ibid.

33-Isis International-Manila, Alternative Assessment of Women and Media, op. cit.,p. 19.

تشريعات الصحافة والإعلام
وتأثيرها على أداء المرأة الإعلامية

د/ نجوى كامل
أستاذ الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
ومدير مركز بحوث ودراسات المرأة والإعلام

مقدمة :

بداية أؤكد أن الديمقراطية واحترام حقوق الإنسان الأساسية وتوفير ضمانات ممارسة المواطنين لحقوقهم في حرية الرأي والتعبير لم تعد إحدى خيارات الحكم في أي بلد ، بمعنى أنها متروكة لإرادة النظام الحاكم ، وإنما هي الخيار الوحيد المتاح والممكن في منطقتنا العربية إذا أردنا أن تكون لنا المكانة التي نستحقها في عالم اليوم ، بنظامه العالمي الجديد والعولمة التي طرحت أشكالاً معددة يجب أن تسود في علاقة الدولة بمواطنيها، خاصة في ظل التطورات الهائلة في تكنولوجيا الاتصال التي حولت العالم إلى قرية كونيه بلا حدود جغرافية أو سياسية ، وثورة المعلومات التي أدت إلى التداول الحر للمعلومات ، وان كان تأثيرها مازال منحصرا في النخب الثقافية والاجتماعية والاقتصادية ، إلا أنه بمرور الوقت سوف تكون متاحة للجميع مما سيؤدى بالضرورة إلى تقليل هيمنة الدولة في السيطرة على المعلومات وإخفاء الحقائق والحيلولة بين المواطنين وحقهم في الإعلام والمعرفة . ومن ثم أصبح الحديث الآن يدور عن الجماهير الواعية التي تحتاج فقط لأن تدرب على عمليات الاختيار والحكم السليم والانتقاء مما تقدمه وسائل الإعلام . ويبرز في نفس الاتجاه ضرورة تفعيل المسؤولية الاجتماعية للصحفيين والإعلاميين بحيث تكون قراراتهم الخاصة بالنشر نابعة من إحساس عال بالمسؤولية [1] وإدراك واع لمصالح واحتياجات مواطنيهم .

حرية الصحافة والإعلام:

تمثل قضية الحرية جوهر العمل الصحفي والإعلامي، وعندما نتحدث عن حرية الصحافة أو الإعلام ، فإننا لا نتحدث فقط عن قضية مهنية باعتبارها

حقا أو امتيازا فئويا للصحفيين والإعلاميين ، حيث إن الزاوية الأهم هي حق المواطن العادي في الحصول على الخدمة الصحفية والإعلامية الصادقة والموضوعية والمحايدة ، مما يجعل انتهاك حرية الصحافة ليس انتهاكا لحق نخبة من النخب المهنية ، بقدر ما هو انتهاك لحقوق الجماهير(٢) . وبالتالي فإن مسؤولية الحفاظ عليها والدفاع عنها ليس مسؤولية الإعلاميين وحدهم بل هي مسؤولية المجتمع ككل.

وفي ضوء الخبرة التاريخية نجد أن التشريعات الصحفية كانت دائما الأداة التي تلجأ إليها السلطة التي تميل إلى الانفراد بالحكم من أجل بسط نفوذها على الحياة السياسية ، وهكذا تلازمت الديكتاتورية في مضمونها السياسي مع وضع القيود على حرية العمل الصحفي وعلى حق الصحفيين في التعبير عن مواقفهم وآرائهم .

وتؤكد الخبرة التاريخية أيضًا أن النصوص التشريعية التي أكدت على حرية الصحافة قد تم تفريغها من محتواها تحت حجج حماية النظام العام أو الآداب أو القيم وغيرها من عبارات مطاطة يصعب تحديد ما تنطوي عليه بدقة(٣) .

وعند محاولة رصد الواقع المعاصر لأوضاع تشريعات الصحافة والإعلام تصطدم بقدر كبير من التناقضات التي تتمثل في الآتي :

أولًا: شهدت عدد من البلاد العربية تطورات دستورية إيجابية متمثلة في قطر وتونس وغيرها .. واستمر عدد أكبر من البلدان العربية في العمل بقوانين الطوارئ التي تحجب الضمانات القانونية التي تسبغها الدساتير على حقوق الإنسان والحريات العامة في كل من مصر وسوريا والسودان والجزائر والعراق(٤) . وان كانت بعض هذه الدول تزعم أن العمل بقانون الطوارئ لا يستهدف إلا مقاومة الإرهاب ، وأنه لا يؤثر على حالة الحريات العامة في المجتمع - وقد يكون ذلك صحيحا في بعض جوانبه - إلا أنه يعنى أن حماية حرية الرأي والتعبير تظل منحة في يد الحاكم .

ثانيًا: أكد تقرير اتحاد الصحفيين العرب عن حالة حرية الصحافة في البلدان العربية عام ١٩٩٩ ، إن المنطقة العربية شهدت تطورات ملموسة على مستوى القوانين والتشريعات الصحفية والإعلامية ، وأشاد التقرير بالتعديلات

الإيجابية في قانون المطبوعات والنشر الأردني الذي صدر عام ١٩٩٩ ، وأدخل تعديلات إيجابية على قانون ١٩٩٨ وذلك بإلغاء عدد من المواد التي تؤثر على ممارسة الصحفيين لأعمالهم بحرية ، مثل المادة (٥٠) من القانون ١٩٩٨ والتي تعطى صلاحية إيقاف الصحيفة أثناء النظر في القضايا أمام القضاء، كذلك إلغاء كافة المحظورات المنصوص عليها في المادة (٣٧) من القانون وتم تخفيض رأس مال الصحف الأسبوعية وقيمة الغرامات المنصوص عليها في القانون ، ومع ذلك فإن قانون العقوبات الأردني استمر في تقنين حبس الصحفيين لمدد مختلفة في جرائم السب والقذف وإباحة أسرار رسمية أو إذاعة وقائع مختلفة وغيرها[٥] . ولم يستجب قانون المطبوعات لمطالب نقابة الصحفيين بحظر توقيف الصحفيين في قضايا المطبوعات والنشر، وفى إطار التناقضات التي نتحدث عنها نجد أن السودان أصدر في العام نفسه قانونا جديدا للصحافة ، يفرض فيه قيودًا مشددة على ممارسة حريات الرأي والتعبير، ويمنح المجلس الأعلى للصحافة صلاحيات واسعة تعوق الممارسة الحرة للعمل الصحفي[٦] . و في مصر عقوبات مغلظة على الصحفيين في جرائم السب والقذف ، أدت إلى حبس عدد منهم بأحكام قضائية نذكر من بينهم نائب رئيس تحرير جريدة (العربي) ورئيس تحرير جريدة (الشعب) ، وإغلاق جريدة (الشعب).

ثالثًا: على الرغم من الكتابات المتفائلة حول التأثير الديمقراطي للفضائيات وشبكات المعلومات ، حيث تكفل حقوق الأفراد الاتصالية ، إلا أن واقع الأمر يؤكد لنا أن غالبية المواطنين العرب عاجزين لأسباب اقتصادية أو معرفية عن الانتفاع بها، وأن هذه الفضائيات سواء العربية أو العالمية ، وشبكات المعلومات قد أدت إلى اتساع فجوة المعرفة بين من يملكون ومن لا يملكون سواء داخل كل قطر عربي أو على مستوى البلدان العربية . ومع ذلك فإنه يمكن القول: إن هذه الفضائيات قد أدت إلى الضغط على وسائل الإعلام المحلية خاصة التليفزيون في عديد من البلاد العربية لإفساح مجال أكبر للمواطن العادي للمشاركة وتقديم بعض البرامج النقدية ، وذلك لتحتفظ بموقعها ومكانتها لدى المشاهدين وعلى الأقل من بين هؤلاء العاجزين عن متابعة الفضائيات[٧] . ومع ذلك فإن هذا التعبير المحدود في الإعلام المحلى مازال قاصر عن استيعاب آليات الديمقراطية في القرن الواحد والعشرين ، وغير مقنع للجماهير المتعطشة لمعرفة الحقائق وتحليلها ، وللمثقفين الوطنيين ومنظمات

المجتمع المدني والتي تصدر تقارير دورية تحظى بإمكانية النشر في بعض البلاد العربية وتدين فيها الممارسات السلبية للحكومات واحتكارها لمصادر المعلومات . كما لا يمكن إغفال محاولات الاحتواء والاختراق التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسية وشبكات المصالح المحلية التي تحتكر إنتاج وتسويق تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، والطابع الأحادي المركزي في رسم السياسات الإعلامية، علاوة على سيطرة القيم الغربية في تقييم الأخبار والمعالجات الإعلامية لقضايا المجتمع(٨).

رابعًا: . تشير تقارير منظمة العفو الدولية ومنظمة مراقبة حقوق الإنسان Human rights Watch ومنظمة المادة (١٩) على أن المنطقة العربية تشهد تضييقا ملحوظا في مجال حرية الرأي والتعبير . . ولعل القراءة التحليلية لقوانين الصحافة والإعلام العربية لابد أن تصل بنا إلى هذه النتيجة نفسها. فجميع المؤلفات العربية التي ناقشت تشريعات الصحافة في الوطن أكدت ميل أغلبية هذه التشريعات إلى درجة من التقييد في الإجراءات الخاصة بتنظيم إصدار الصحف واتخاذ الإجراءات الخاصة بمنع تداول بعض الصحف سواء المحلية أو الأجنبية في الداخل ، كما تنص تشريعات عدد من الدول العربية على تعطيل الصحيفة بالطرق الإدارية وإلغاء الصحف أي وقفها نهائيا عن الصدور، كما تتضمن هذه التشريعات نصوصا صريحة أو مستترة تتعلق بفرض بعض أشكال الرقابة على الصحف . أما وسائل الإعلام الإليكترونية فهي مملوكة للدولة في معظم البلاد العربية ، وتواجه محاولات خصخصتها برفض شديد من جانب الحكومات العربية ، ومن ثم فإن ما يعرض في هذه الوسائل يخضع منذ البداية لتوجهات الحكومة ولا يخرج عن إطار السياسات الإعلامية المرسومة من جانب هذه الحكومات

محددات الممارسة الإعلامية في وسائل الإعلام العربية :

أولًا: في ضوء تبعية وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية في معظمها للحكومات ، تحولت المراكز القيادية في الصحف والإذاعة والتليفزيون إلى مناصب حكومية ، حيث أن اختيار رؤساء التحرير ورؤساء إدارة المؤسسات الصحفية ورؤساء اتحادات الإذاعة والتليفزيون تتم بقرارات سلطوية عليا يؤخذ فيها بالاعتبارات السياسية والأمنية في المقام الأول .. وقد أدى هذا

الوضع إلى صبغ تلك المناصب بصفة رسمية حكومية والتي تتعارض بالضرورة وما ينبغي لشاغليها من حرية واستقلال في الفكر والأداء، فضلا عن استقطابها والإسباغ عليها بمختلف الامتيازات الأدبية والمادية حتى يزيد ارتباطها بجهاز الحكم ، وتقوم بدورها في تبرير تصرفاته والدفاع عن شرعيته ومهاجمة خصومة، وقد جعل ذلك من هذه القيادات فئة متميزة عن القاعدة العريضة من الصحفيين والإعلاميين ، مما يؤدى إلى تفاوت اجتماعي واضح داخل المؤسسة والذي يلقي بآثاره الضارة على العمل الإعلامي، كما أصبحت المؤسسات الإعلامية تدار بأسلوب الشللية وتراكم العمالة الزائدة لعدم وجود سياسة ثابتة للتعيين وكثرة الوسطات[٩]

ثانيًا : تتعدد معوقات النظام الإعلامي العربي التي توثر على الممارسة الإعلامية ومن بينها : الضغوط الاقتصادية المتعلقة بنمط ملكية وسائل الإعلام ومصادر تمويلها وسيطرة الإعلان والمعلنين وعلاقة الإعلان بالتحرير وحرص وسائل الإعلام على متابعة الاهتمامات الرسمية ، وإهمال التأهيل والتدريب الجيد والمستمر للقائمين بالاتصال وإغفال دراسات الجمهور للتعرف على احتياجاته الاتصالية والقيود المفروضة أمام الحصول على المعلومات .

ثالثًا : يواجه الصحفيون المستقلون عن الحكومات عديدًا من المخاطر النفسية والسياسية والاقتصادية والمعيشية أثناء ممارسة المهنة ، وتتمثل في حدها الأدنى في أشكال الرقابة السافرة والمقنعة التي تمارسها الحكومات وتتراوح مابين المنع من الكتابة و الفصل من العمل بصورة متعسفة والنقل إلى وظائف أخرى والمنع من السفر وصولا إلى الاعتقال والإحالة إلى المحاكمات. وللإنصاف فإن هذه الظواهر ليست قاصرة على البلاد العربية فقط وإنما تنتشر في معظم دول العالم بدرجات متفاوتة ، ذلك على الرغم من مظاهر التغيير الشكلي في القوانين المنظمة لحريات الرأي والتعبير في البلاد العربية وتصاعد نبرة الخطاب السياسي في تأكيد هذه الحريات وكفالة ممارستها، إلا أن الواقع يؤكد الاستمرار في الممارسات المنافية لحرية الرأي والتعبير والنشر والإبداع والحق في تداول المعلومات من قبل معظم الحكومات العربية[١٠] .

رابعًا: يتعرض القائم بالاتصال لمجموعة من الضغوط المهنية التي تؤثر فيه وفى عمله وتجعله يقبل سياسة المؤسسة ، متأثرا بالقيود التنظيمية وبعض أنماط السيطرة ومجموعه من التوقعات التي تحدد دوره[١١] .

خامسًا : أجمعت الدراسات الإعلامية على ضرورة وجود عدد من الضمانات الواجب توافرها أثناء ممارسة الصحفيين لعملهم على النحو التالي:

١ - اتخاذ الإجراءات المناسبة لحماية الصحفيين من التعرض للسجن والاعتقال والتعذيب بسبب المهنة .

٢- إتاحة الفرصة الحقيقية للصحفيين للتعبير عن آرائهم بحرية ومسؤولية دون أن يتعرضوا بسبب ذلك للمسؤولية السياسية .

٣- كفالة حق الصحفي في الرجوع إلى مصادر الأنباء والمعلومات ونشر وتبليغ الأنباء والمعلومات والآراء.

٤- منع نقل الصحفي من عمله إلى عمل آخر رغما عن إرادته سواء داخل المؤسسة أو خارجها .

٥- ضمان حماية حق الصحفي فى حماية أسرار مصادره (سر المهنة).

٦- توفير ضمانات حرية الحركة والتنقل(١٢).

المرأة الإعلامية بين التمتع والممارسة :

لابد من التأكيد أن التشريعات والقوانين المنظمة للعمل الصحفي والإعلامي لا تقتصر في جوانبها السلبية أو الايجابية على الرجال دون النساء والعكس صحيح ، فالنوع في حد ذاته لا يؤثر سواء في وضع هذه التشريعات أو في تطبيقها . ومن ثم فإن الإعلامي رجل أو امرأة لا فرق بينهما أمام هذه القوانين والتشريعات . ومن خلال رصد الواقع نجد أن عدد النساء اللاتي اصطدمن مع السلطة السياسية بسبب ممارستهن لأعمال صحفية أقل من عدد الرجال . ففي مصر على سبيل المثال نجد أن الصحفيات اللاتي تعرضن للسجن أو الاعتقال تم ذلك بسبب مواقفهن السياسية واشتراكهن في أنشطة معارضة وليس بسبب ممارسات تتعلق بالعمل الصحفي . وأن كان هذا لا يمنع أن بعض الصحفيات تعرضن للتحقيق بسبب موضوعات صحفية قاموا بنشرها إلا أن عددهن لا يمكن مقارنته بزملائهن من الرجال . كما شهدت فترة السبعينيات استبعاد عدد من الإعلاميات من العمل في التليفزيون بسبب اتجاهاتهن السياسية .

والحقيقة أن الواقع الذي تعمل فيه المرأة الإعلامية وطبيعة المعوقات التي تواجهها تقلل مشاركتها الإيجابية في قضايا مجتمعاتها كما تساعد أساليب التنشئة

الاجتماعية التي تتربى عليها المرأة في جعلها أكثر حذرا وخوفا في تعاملها مع السلطة ، خاصة وأن قيمة أو فضيلة الطاعة تمثل أبرز أجندات هذه التنشئة.

ويمكن التعرض للمعوقات المهنية على النحو التالي:

١ - يؤثر التباين الحضاري والثقافي بين البلاد العربية على وضعية المرأة الإعلامية ونوعية الضغوط المهنية والمجتمعية التي تواجهها والحلول المطروحة للتغلب عليها . ويظهر هذا التباين في أحد أبعاده في تولي المرأة إدارة مؤسسة إعلامية ويمتد إلى البعد الآخر الذي تحرم فيها المرأة من الاتصال بزميلها الإعلامي إلا من خلال التليفون ، وتختلف الفرص أيضا المتاحة للمرأة للوصول إلى المناصب القيادية والتأهيل العلمي والتدريب ، حيث نجد بعض البلاد العربية تتيح للمرأة الدراسة العلمية والتدريب على قدم المساواة مع الرجل وبلاد أخرى تنعدم فيها أي فرصة للمرأة في هذا الصدد(١٣) ومع ذلك فإنه لا يمكن أن ننكر وجود هموما واحدة مشتركة تعانى منها المرأة الإعلامية في كافة بلادنا العربية .

٢- يسود اتجاه بين الكثير من المسؤولين وصانعي القرار العرب أن المرأة غير قادرة عقليا أو نفسيا أو جسديا على اتخاذ القرارات وأنه في حالة امتلاكها للسلطة ، فإن ذلك يشكل خطرا على المؤسسة، فالرجال هم الأقدر على اتخاذ القرارات وممارسة السلطة . ودليل على سريان هذا الاتجاه وقوته ، استبعاد النساء بدرجة أو بأخرى من المواقع القيادية خاصة في المؤسسات الصحفية ، وتؤدى هذه الاتجاهات السلبية نحو دور المرأة في القيادة إلى إهدار جهودها مما يدفع بها إلى المواقع الثانوية والهامشية التي تفتقر إلى الخلق والإبداع ومن ثم تتعرض طاقاتها ومواهبها للطمس من خلال حرمانها من فرصها في الترقية التي تستحقها مما يجعلها أكثر عرضه لعدم الثقة بنفسها وإمكاناتها(١٤) . وكيف تثق المرأة في قدراتها ومرسوما يصدر من الإدارة العليا في الإذاعة و التليفزيون اليمني في اليوم الأول لاندلاع الحرب الأهلية عام ١٩٩٤ ، ينص على إلزام جميع الإعلاميات بالبقاء داخل منازلهن إلى أن تنتهي الحرب!! واضطرت الإعلاميات بالفعل إلى الالتزام بهذه التوجيهات لمدة تزيد على ٧٠ يومًا هي فترة الحرب الأهلية . وتدل هذه الحادثة على انخفاض نسبة الثقة بالكفاءة العلمية للنساء وقدرتهن على مواجهة المشكلات(١٥) .

وفى دراسة عن الحضور النسائي في وسائل الإعلام اليمنية أكدت

الإعلاميات أن تبوؤ المناصب القيادية يعتبر من المحظورات المفروضة عليهن ، وذلك دون أي سند قانوني وإنما يستند إلى منظومة الأعراف والتقاليد والقيم التي تشكل ثقافة المجتمع الرافضة لإتاحة الفرص المتساوية للنساء لإثبات قدراتهن[١٦] .

وفي مصر يلاحظ احتكار المرأة الإعلامية لغالبية المناصب القيادية في الإذاعة والتليفزيون ، إلا أن الأمر يختلف بالنسبة للصحافة ، فنسبة الصحفيات المقيدات في النقابة تزيد عن ٢٨٪ من جملة الصحفيين رجال ونساء، ويرجع تدني هذه النسبة إلى أن بعض رؤساء مجالس إدارات المؤسسات الصحفية ورؤساء التحرير يفضلون تعيين الذكور. وهناك تحجيم لدور المرأة في بعض الصحف حيث يتم توجيه الصحفيات الجدد في حالات كثيرة إلى أقسام معينة كالمرأة والفن والاجتماعيات ، كما يلاحظ انخفاض نسبة وجود المرأة في الوظائف القيادية خاصة في الصحف الحزبية والخاصة ، ويقتصر وصول المرأة إلى منصب رئيس تحرير في المجلات النسائية المتخصصة (حواء ، ونصف الدنيا) وبعض مجلات الأطفال وتتولى سيدة رئاسة تحرير مجلة ثقافية تصدر عن حزب التجمع[١٧] .

وفى دراسة حديثة أجريت عن المرأة الإعلامية الإماراتية وصلت إلى أن الإماراتيات يفضلن العمل بالوظائف الإدارية عنها بالوظائف الفنية أو الإعلامية ويرجع ذلك عن وجهة نظرهن إلى سببين : **الأول**: هو العادات والتقاليد المجتمعية التي ترفض عمل المرأة في وظائف إعلامية ، **الثاني** : إن العمل الإعلامي ليس له مواعيد محددة والإماراتية بطبيعتها ولظروفها العائلية تفضل العمل دوام واحد وهو ما يتفق وظروف العمل الإداري[١٨] .

ودراسة أخرى أجريت عن المرأة العمانية في وسائل الإعلام وصلت إلى أن أهم التحديات التي تواجهها المرأة الإعلامية العمانية هي تحديات اجتماعية وإدارية ومهنية ، وارتبطت التحديات الاجتماعية بنظرة المجتمع إلى عمل المرأة ، والعائد المادي المتوقع من العمل وطبيعة العمل الإعلامي وتوقيته ، وأرجع نصف العينة عزوف المرأة عن العمل الإعلامي إلى العوامل الاجتماعية السابقة . أما التحديات الإدارية فقد أكد أكثر من نصف العينة على وجود رقابة على المضمون الإعلامي المقدم مما يؤثر على العمل الإعلامي، وأكد نصف العينة أيضًا إن نقص الإمكانيات الفنية مثل المعدات والأجهزة تعرقل عمل القائمات

بالاتصال[١٩].

٣- إذن مشكلة المرأة الإعلامية ليست في الأساس مع القوانين والتشريعات، فقانون العمل في عدد كبير من البلاد العربية ساوى بين الرجال والنساء في الأجر وفى ساعات العمل وفى العطلات ، بل ويكفل القانون للمرأة فوق هذا مزايا ترتبط بدورها الإنجابي. كذلك قوانين الصحافة لا تمنع المرأة من الوصول إلى المناصب القيادية ، ولا تضع عقبات أمام المرأة لكونها امرأة. إذن المشكلة في الأساس تكمن في البنية الثقافية والاجتماعية وإلى رؤية المجتمع لعمل المرأة وإلى مفهومها عن ذاتها وقيمة هذا العمل بالنسبة لها . كما تكمن في الضغوط المهنية التي تواجه المرأة داخل المؤسسات الإعلامية ومن بينها :

أ - أن المرأة غير كفء حتى تثبت العكس . ومسؤولية إثبات العكس تقع عليها وليس على الجهاز الإداري الذي عليه توفير مستلزمات تطوير كفاءتها، حيث تنطلق الرؤية المؤسسية من افتراض ضمني أن المرأة غير مؤهلة لتحمل المسؤوليات الإدارية .

ب- أخطاء المرأة بارزة وهى أخطاء مجموع النساء، أما إيجابياتها فهي حالات فردية خاصة .

جـ- لا بأس أن تستفيد المرأة من الامتيازات العامة المتوفرة لجميع العاملين ، أما أن تحصل على حصة من الامتيازات (اقتصادية كانت أو معنوية) فذلك شيء مرفوض إذ إن هذه الامتيازات حكرًا على الرجال.

د- لا بأس أن تعمل المرأة في المواقع المستترة والخلفية والتابعة أما أن تكون جزءًا من المؤسسة تمثلها وتنطق باسمها وتوجه مسيرتها فذلك غير مسموح به ويمثل خرقًا لشروط استخدامها[٢٠].

وهكذا فإن الأوضاع التي تعيشها المرأة الإعلامية تحتاج من كافة القوى المستنيرة فى مجتمعاتنا العربية إلى دعم جهود المرأة لتحقيق المكانة التي تستحقها والعمل على دحض كل الافتراءات إلى توجه إليها وإلى عملها ، والسعي إلى وضع قيود تحكم تصرفات رؤساء التحرير والقيادات الإعلامية في تعاملهم مع المرأة بحيث لا يترك أمر الترقيات والعلاوات والحوافز والتدريب حسب أهوائهم الشخصية كما يستدعى تدخل نقابات الصحفيين لحماية النساء العاملات في المؤسسات الإعلامية ، بحيث يحصلن على حقوقهن المشروعة بقدر الجهد المبذول ودون غبن لمجرد أنهن نساء.

الهوامش

١ - ليلى عبد المجيد، تشريعات الصحافة في الوطن العربي، ط ٢، القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ٢٠٠١، ص٢٥١.
٢ - محمد نور فرحات ، حرية الصحافة والإعلام في مصر بين التنظيم القانوني والمعايير الدورية لحقوق الإنسان ، في ندوة الصحافة وحقوق الإنسان ، ١٩٩٣.
٢ - عواطف عبد الرحمن ، ليلى عبد المجيد ، نجوى كامل ، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية ، القاهرة : سلسلة دراسات صحفية ، ١٩٩٢ ، ص ١٢.
٤ - مجلة الدراسات الإعلامية ، يوليو - سبتمبر ٢٠٠٠، حرية الرأي والتعبير وحالة حقوق الإنسان في الوطن العربي .
٥ - عادل زيادات ، دراسة تحليلية لقانون المطبوعات والنشر الأردني ١٩٩٩ ، مؤتمر الاتصال وثقافة الديمقراطية ، الأردن ، ص١٠-١١.
٦ - مجلة الدراسات الإعلامية ، مصدر سابق .
٧- آدمون غريب - خالد منصور ، الإعلام العربي على مشارف القرن الواحد والعشرين ، مجلة باحثات ، الكتاب السادس، بيروت ١٩٩٩ - ٢٠٠٠، ص٣٣- ٣٤.
٨- عواطف عبد الرحمن ، صورة المجتمع المصري في الخطاب الصحفي في التسعينيات ، مجلة باحثات ، مصدر سابق .
٦ - نجوى كامل ، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية ، مرجع سابق ، ص٣٢.
١٠ - عواطف عبد الرحمن ، الحق في الاتصال بين الجمهور والقائمين بالاتصال، عالم الفكر ، الكويت ، المجلد ٢٣، ١٩٩٤ .
١١ - أماني فهمي، أثر الممارسات الإعلامية للعاملين في أخبار التليفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل ١٩٩٦ .
١٢ - عواطف عبد الرحمن ، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية ، مرجع سابق.
١٣. أنور محمد الرواس ، واقع عمل المرأة العمانية العاملة في وسائل الإعلام ، مؤتمر الإعلام العربي والمرأة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة، إبريل ٢٠٠١.
١٤ - إقبال الأمير السمالوطي، نحو رؤية مستقبلية لمشاركة المرأة المجتمعية ، ندوة قضايا المرأة المصرية بين الواقع والمستقبل ، القاهرة ١٩٩١
١٥ - رجاء عبد الله وخالد الشعبي، الحضور النسائي في وسائل الإعلام اليمنية ، مجلة باحثات ، مصدر سابق .
١٦ - المصدر السابق نفسه ، ص ٤٠٧.
١٧ - انظر : ليلى عبد المجيد ، المرأة واتخاذ القرار في وسائل الإعلام المصرية ، مجلة باحثات ، مصدر سابق .
- نجوى كامل ، القائمات بالاتصال في الصحافة المصرية ، مؤتمر المديرة العربية، أكاديمية النقل البحري، الإسكندرية ، مارس ١٩٩٦ .
١٨ - هبة السمري، دور الإماراتيات في مجال الإعلام المرئي ، مؤتمر الإعلام العربي والمرأة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، إبريل ٢٠٠١م.
١٩ - أنور محمد الرواس ، مصدر سابق .
٢٠ - نجلاء أبو سمرة ، معوقات الأداء الإعلامي للصحفيات المصريات ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية الآداب فرع سوهاج ، جامعة جنوب الوادي ، ١٩٩٥.

State of The Art
الاتجاهات الحديثة
في دراسة قضايا المرأة الريفية
في البحوث الإعلامية

د. ماجدة أحمد عامر
أستاذ الإعلام العلمي والزراعي
بالمركز القومي للبحوث
إبريل ٢٠٠٣م

المبحث الأول
مداخل موضوعية للدراسة

على الرغم من الرصد التاريخي لتوحد التوجه الاجتماعي والفكري للمرأة المصرية على اختلاف شرائحها المجتمعية ، الضارب في التقدم إلا أن الإرهاصات الأولى للتمايز الاجتماعي بين شريحتي المجتمع المصري الرئيسيتين- المرأة الحضرية والمرأة الريفية – قد ألقت بظلالها مع بداية القرن التاسع عشر بمجيء الحملة الفرنسية على مصر (١٧٩٩م) حيث:

١ – سطر التاريخ انتفاضة نسائية غير مسبوقة ومشاركة مسؤولة للمرأة في المدن المصرية في العديد من الأنشطة المناهضة للممارسات المدنية السلبية للحملة الفرنسية ، من أمثالها:

أ- تظاهر النساء في باب اللوق لإلغاء القرار الخاص بهدم المنازل المجاورة للمدافن.

ب- موقف نفيسة المرادية – زوجة مراد بك – الإيجابي من نساء المماليك الذين افتدتهم بأموالها فألقي القبض عليها.

جـ- تظاهر النساء ضد الجنرال الفرنسي ((مينو)) للسماح للرجال بالتردد على الحمامات العامة ، وتخصيص بعضها للنساء[1].

مما ألقى الضوء على فاعلية أدوارها في مقابل العزلة الثقافية التي كانت المرأة الريفية تغض فيها.

٢- لعب الفكر الليبرالي لحكام مصر الأتراك - أمثال محمد علي باشا مؤسس مدرسة القابلات ١٩٢٣م ، وإسماعيل باشا مؤسس المنظومة التعليمية في مصر التعليمية للفتيات في مصر وزوجته الثالثة ((جشم أفت أفندي)) مؤسسة لمدرسية السيوفية بأموالها الخاصة (١٧٨٣م)، ذلك الفكر المواكب ظهور كوكبة المنكرين آنذاك الناهضين أمثال رفاعة الطهطاوى (الذي يعتبر أول من أدرك طبيعة التباين النوعي بين الجنسين أو ما نطلق عليه الآن الـ gender ، لعبت تلك الظروف دورًا فاعلًا في اتساع الهوة الفكرية والاجتماعية والطبقية بين ما يعرف الآن بالمرأة الريفية في مقابل قانطات المجتمعات الحضرية[2].

٣- ساهمت الفلسفة التحريرية بمكوناتها الانفتاحية الرشيدة للمفكر المصري ((قاسم أمين)) في كتابيه المعروفين ((تحرير المرأة، و المرأة الجديدة)) في تكريس الدعائم الأولية ، ومحوره الأسس المبدئية لحركة ليبرالية المدنيات المصريات ذاك التوجه الذي استتبعه خطابا نوعيا إعلاميا للنساء عكسته الصحف النسوية أمثال ((مجلة الفتاة ١٨٩٢م))، ((مجلة الهوانم ١٩٠٠)) ، ((شجرة الدر ١٩٠١م ، ((السيدات ١٩٠٣م)) .. وغيرها . قارئتها ومتابعاتها من خريجات المدارس في المجتمعات الحضرية في مقابل أمية متفشية ، ومستفحلة في المجتمعات الريفية[3].

٤ - تمثل ثورة ١٩١٩م ، بأحداثها المتلاحقة وبرموزها وأقطابها الشعبية المشاركة ، النقطة الحدية الفاصلة ، بل والنقلة النوعية الرئيسية في بناء الحدود الفكرية المحددة لشريحتي المجتمع النسائي المصري، المرأة الحضرية على جانب والريفية على جانب آخر حيث استتبع المشاركة الفاعلة للمرأة في أحداث الثورة تدشين للحوارات حول السفور، والمشاركة في الحياة السياسية ، والتفعيل لأدوار المرأة الاجتماعية على يد أمثال هدى شعراوي، صفية زغلول ، وملك حفني.. وغيرهن[4] ودارت عجلة التطور والعمل الجاد في المدن لتكريس الوجود النسائي على خريطة الحياة اليومية في مقابل خفوت وانزواء وعزوف في

حياة المرأة الريفية ، مما استلزم معه دراسة التوجهات الأكاديمية للمرأة الريفية بمعزل عن المرأة الحضرية للتباين الساحق في الظروف المجتمعية للمرأة الريفية بأبعادها الاجتماعية من (أمية ، وفقر مضجع ودونية وتحقير من منظور ذكوري للمرأة ، وقهر وسلبية) وأيضًا أبعادها الاقتصادية من (عمل غير مأجور في معظم الأحيان) ودخول تكاد تنعدم نتيجة للأمية ، وكذلك أبعاد سياسية تمثلت في عزوف كامل عن المشاركة في الحياة السياسية والنيابية .. الخ ، في مقابل تحول نسبى وتدريجي نحو التقدم والنهوض التي تشهده المرأة الحضرية .

وقفت الدوافع السابقة وراء الطرح الأكاديمي لاتجاهات وتوجهات الدراسات العلمية المعنية بالمرأة الريفية في الإعلام فقط دون التعرض للمرأة في الحضر. والمناطق المدنية التي تستلزم منهجية متباينة لدراستها .

والحقيقة أن الكشف الراصد والمتتبع للحداثة في المنهجيات العلمية المرتبطة بالمرأة الريفية في بحوث الاتصال الجماهيري ، والإعلام بقنواته المطبوعة والمسموعة والمرئية يقتضى التوقف لوهلة لإلقاء الضوء على واقع المرأة الريفية في مصر.

واقع المرأة الريفية في المجتمع المصري:

استنادًا إلى المتغيرات الطبوغرافية بأبعادها المكانية ترتسم ملامح المرأة الريفية في تلك التي تقطن المجتمع الريفي [٥] .

ويقصد بالمجتمع الريفي Rural Society هو ذاك المجتمع الذي يعيش في مستوى تنظيمي نسبيا منخفضًا ، حيث يوجد المزارعون ، والرعاة ، والصيادون ، وتسيطر فيه الحرف الزراعية وتتوثق فيه الروابط الاجتماعية بين الناس ، ويتضاءل فيه الحجم الكمي للتجمعات المجتمعية ، وتتغلل فيه الكثافات السكانية ، ويتمتع سكانه بدرجة عالية من التجانس المجتمعي وضآلة الحراك الاجتماعي الرأسي، والوظيفي عند سكانه .

أما سكان الريف أو ما يعرف Rural Population فهم الجماعات التي تعيش في القرى، وتمتهن الحرف الزراعية كمهن رئيسية [٦] .

ويتحدد الواقع الاجتماعي بأبعاده المختلفة للمرأة المصرية في المجتمعات

الريفية بالمعايير الكمية الآتية :

أ - **بالنسبة للأمية** : تبلغ نسبة الأمية بين الإناث في الريف المصري ٧٦٪ من مجموع سكانه من النساء في مقابل ٤٥٪ فقط في المدن الحضرية (إحصاء ١٩٩٥م).

ب- **قيد الإناث في مراحل التعليم الأساسي** : وتبلغ وفقًا لآخر الإحصاءات :

- ١٠٥٪ في المناطق الحضرية.

- ٧٩٪ في المحافظات الحدودية الشمالية والوجه البحري.

-١ , ٧٣٪ في محافظات الوجه القبلي.

ويرجع ذلك لنقص الأبنية التعليمية في المحافظات وزيادة الكثافة العددية للتلاميذ في سن القيد[٦] .

جـ- **متوسط سنوات الدراسة في المرحلة الابتدائية** .وقد أشارت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو UNESCO في تقارير إلى أنها :

- لم تتجاوز ٦ , ١٪ سنة في الوجه البحري.

- تتجاوز ٣ , ١ سنة في الوجه القبلي[٦] .

وتقف عوامل التسرب من التعلم ، والعمالة المبكرة للأطفال وراء هذه النسبة المتدنية .

د- **الرعاية الصحية** : وتشير الإحصاءات إلى الآتي:

١ - بالنسبة للخدمات الصحية : تعبر المقاييس الرقمية عن :

- توفير الخدمة الصحية للأمومة والطفولة بنسب .

- ١ , ٤٩ ٪ ف الوجه البحري.

- ٤ , ٧٣٪ في المحافظات الحضرية .

ويرجع ذلك إلى تمركز الأنشطة الصحية الخدمية في المدن ، إلى جانب انتشار الخدمات الصحية التي يقدمها القطاع الخاص في المدن مقارنة بالريف[٧] لارتفاع مستوى المعيشة في المناطق الحضرية بما يسمح بالاستفادة من خدمات القطاع الطبي الخاص .

٢- بالنسبة لتوافر الأطباء : تعكس الأرقام مؤشرا سلبيا جديدًا حيث :

- طبيب واحد لكل (٣٦٣٩) حالة بالوجه القبلي.

- طبيب واحد لكل (٢٥٠٠) حالة بالوجه البحري، في مقابل :

- طبيب واحد لكل ٥٤٢ حالة في المدن[٨] .

هـ- الظواهر الاجتماعية السلبية : وترصد منها الدراسة:

١ - **ظاهرة الختان** : تتفشى بين الريفيات ، والفقيرات ، والأميات ، حيث يبلغ مجموع الذين مورست ضدهن هذه الممارسة السلبية ٩٧٪ من مجموع الفتيات والسيدات ما بين (١٠ - ٤٠) عاما ويرصد تقرير اللجنة القومية للمنظمات غير الحكومية (١٣.٥) مليون حالة بين فتيات المجتمع الريفي في أعمار الطفولة والشباب .

٢- **نصيب المرأة الريفية في العمالة بدون أجر** : وهنا يرتفع المؤشر الكمي ليصل إلى :

- ٤٨.٤٪ في الوجه البحري والقبلي.

- في مقابل ٢٦.٢٪ في الحضر، حيث يتركز منهم ٢ , ٦٧٪ في قطاع الزراعة وتربية الحيوانات اللبنية ، والتسميد، وتنقية الحشائش والحصاد، والتسويق ، والتخزين ، وبعضهن يؤدين أعمال أصعب كالحرث والري، حيث ٧٠٪ من وقتها مخصص للإنتاج الحيواني ذلك مع عدم حصولها على التدريب الملائم لتحديث خبراتها و ٢ , ١٥٪ في قطاع الخدمات[٩] .

٣- **مشاركة المرأة الريفية في العمل الحكومي بقطاع الزراعة**: وتوضح المؤشرات، لكمية للتقارير المعنية أن :

- المرأة الريفية المتعلمة على اختلاف مستويات تعليمها تشارك في المؤسسات الزراعية لوزارة الزراعة والثروة السمكية والحيوانية، واستصلاح الأراضي بنسبة (٥, ٤٤٪)، تقرير (١٩٩٤م) من جملة العاملين على المستوى المركزي موزعين كالآتي:

- يتقلدن ٢٢.٣٪ من مناطق الهيئة العامة للإصلاح الزراعي.
- يتقلدن ٣, ٤٤٪ من مناطق الهيئة العام للإرشاد الزراعي.
- يتقلدن ١٨.٨٪ من مناطق الهيئة العامة لاستصلاح الأراضي.
- يتقلدن ٢٤٪ من مناطق الهيئة العامة للمشروعات.
- يتقلدن ٢٦٪ من الكادر البحثي الزراعي في الجامعات ومراكز البحوث المختلفة[١٠].

٤- مشاركتها في اتخاذ القرارات الأسرية:

وتشير الباحثة «كاملة منصور» إلى مشاركة متدنية أو تكاد تنعدم على المستوى الأسري نظرًا لسيطرة الأنساق القيمية التي تحبذ السلطورية الذكورية وتفشي التفاسير الخاطئة للتعاليم الدينية، وتبني السياق الاجتماعي الريفي لفكر دونية المرأة وتحقير قدرتها على التفكير بالإضافة إلى انتشار الصيغ الثقافية المناوئة للمساواة بين الجنسين[١١].

٥- **المرأة الريفية والفقر**: تتفاوت مستويات الفقر بين السيدات والنساء الريفيات في مختلف محافظات مصر فعلى سبيل المثال تشير المؤشرات الكمية إلى أن:

- الفقر يشكل (٤٠٠٪) من إناث الصعيد المصري و٢٨٪ من إناث الوجه البحري المصري، من بين هؤلاء معا ١٧.٢٪ يعيشون في فقر مضجع، ولذا فالفقر أنثى أو يمكن الإدعاء بأن هناك تأنيثًا للفقر.

٦- **العنف الممارس ضد المرأة الريفية**: والذي لا يتوقف عند حد الاضطهاد، والضرب، والإهانة، بل يتعدى ذلك إلى كافة أشكال السلوك الاجتماعي المباشر وغير المباشر الذي ينال من المرأة ويحط من قدرها ويكرس

تبعيتها ويحرمها من ممارسة حقوقها التي كفلها لها القانون، ويمنعها من ممارسة كينونتها بشكل طبيعي وحقيقي وذلك نتيجة للنسق المجتمعي السائد، والعادات والتقاليد والأعراف الحاكمة لتلك المجتمعات ، ومن الجرائم التي ترتكب في حق المرأة : الضرب ، الطلاق التعسفي ، القتل العمد ، الانتقام ، محاربة الزوجة الثانية ، جرائم الطاعة ، التعسف ضدها وضد مواليدها إذا كانوا جميعًا من الإناث، الختان وغيرها ... إلخ [١٢].

٧- **مشاركة المرأة في الحياة النيابية والسياسية**: وتشير شهيدة الباز إلى تقلص في مقاعد المرأة إلى ٢.٪ (١٩٩٥م) مقارنة بـ (١١.٪) عام ١٩٨٤م نتيجة لإلغاء القانون الخاص بتخصيص (٣٠) مقعدًا للإناث الصادر عام ١٩٧٩م ، كما تعكس الباحثة انخفاضا في عضوية المجالس المحلية من ١١.٢٪ عام ١٩٧٩م إلى ١.٢٪ عام ١٩٩٢م [٢٣].

إن استقراء متحمصا للمؤشرات الرقمية والمعايير الكمية التي تعكس أوضاع المرأة الريفية في المجتمع المصري إنما يعبر عن :

١- تفاوت كبير في الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتعليمية والصحية بين شرائح المجتمع النسائي المصري لصالح المرأة الحضرية مقارنة بالمرأة الريفية.

٢- سيادة مطلقة للأنساق التقليدية، والأعراف القبلية الضاربة في القدم، والعادات والتقاليد السلبية والتي تعكس صيغًا ثقافية غير مواتية تعوق التحول الجذري نحو النهوض بأوضاع المرأة الريفية.

٣- تكريسا للمخططات التنموية بالمناطق الحضرية في مقابل خلخلة جلية لمثيلاتها بين شرائح المجتمع الريفي.

٤- تدشينا غير معتمد لعوامل التمايز بين قطاعات المجتمع الواحد وفئاته النوعية.

إن الواقع المتردي الذي تعكسه المؤشرات الرقمية سالفة الذكر يلقي عبءً ثقيلًا على عاتق قنوات الاتصال الجماهيري كأدوات رئيسية ، وجسور أساسية في إدارة الحوار حول قضايا المرأة عاكسة للتيارات الفكرية المتباينة الاتجاهات

المختلفة حول قضاياها وعوامل النهوض بها ، وطارحا ومعالجًا لمشكلاتها ، وباعثا لعوامل النهوض بأوضاعها.. ولكن إلى أي مدى استطاع الإعلام المصري القيام بتلك الأدوار ، إن ذلك يعكسه بصورة أساسية ما أجرى من بحوث ودراسات وأطروحات أكاديمية طوعت مختلف الاتجاهات النظرية الواعية لتقدم رؤى ذا منظور شمولي من شأنه إلقاء الضوء على الجوانب الإيجابية لما أنجزه الإعلام المصري للارتفاع بأوضاع المرأة الريفية في مقابل رؤية لعوامل القصور في أداء الإعلام لمهامه ، ولا يتثنى ذلك إلا بمواكبة الطرح الأكاديمي لقضايا المرأة للتطورات السريعة والتغيرات اللاهثة في الأطر النظرية ومنهجيتها الملائمة المرتبطة ببحوث المرأة في الإعلام عمومًا ، والمرأة الريفية على وجه الخصوص.

ولعل ذلك هو الباعث الرئيسي وراء دراسة الاتجاهات العالمية المستحدثة في قضايا المرأة الريفية في الإعلام.

المبحث الثاني

أيدولوجية العمل

وتتمركز بصورة أساسية حول التتبع الراصد المدعوم بالتحليل والتفسير النقدي المقارن للتطورات في الأطر النظرية والمنهجية المرتبطة بالدراسات الإعلامية المعنية بالمرأة الريفية بالمدارس العلمية المختلفة على تباين توجيهاتها وانعكاسه على الطرح الأكاديمي البحثي لقضايا المرأة الريفية في البحوث الإعلامية خلال حقبة زمنية معينة (١٩٩٥ -٢٠٠٢م).

أولا : خطة العمل : وقد تمثلت في :

١ - الإدراك الكامل للإشكالية البحثية التي تتناولها هذه الورقة وتقسيمها إلى عناصرها المختلفة والبحوث الإعلامية المعنية بها .

٢- الكشف عن التراث العلمي المتاح في إطار الدراسة وذلك من خلال استطلاع لمختلف قنوات التوثيق العلمي، والنشر على مختلف المستويات ، المحلي، والإقليمي والدولي.

٣- تحديد المصادر المكانية التي يمكن الاستعانة بها حيث تم الرجوع إلى:

- مكتبة كلية الإعلام . جامعة القاهرة .

- مكتبات كليات الآداب بالجامعات المختلفة التي يتوافر بها أقسامًا للإعلام والتي ساهم (الوقت والجهد والتكلفة في الوصول إليها)، وهى : جامعة عين شمس ، جامعة حلوان ، جامعة الزقازيق ، جامعة المنصورة ، جامعة طنطا، جامعة المنيا.

- مكتبة المركز الثقافي الأمريكي في القاهرة ، لحصر الدراسات الدراسات التي نشرتها الدوريات العلمية الإعلامية الإفريقية Africa Review و الـ Journal of Development Communication والدوريات العلمية الإعلامية الأسيوية المتاحة مثل Gazatte.

- مكتبة المركز الثقافي البريطاني، للاستطلاع المتاح من تقارير المؤتمرات ، والندوات والدوريات التي تناولت القضية المبعوثة خلال فترة الدراسة بالقارة

الأوروبية بجناحيها الشرقي والغربي .

- مكتبة الجامعة الأمريكية ، لاستقصاء واستقساء التوجه الأمريكي في دراسات المرآة والإعلام .

- الشبكة القومية للمعلومات ، بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا ، لتغطية نقاط القصور في المكتبات السابقة (عدم توافر بعض الدراسات) .

- مكتبة المجلس الأعلى للصحافة لاضطلاعها بتوفير الدراسات العربية والإقليمية والعديد من الدراسات الأجنبية التي يمكن انتقاء ما يرتبط بموضوع البحث عنها .

- مكتبة المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، حيث توجد شعبة تخص بحوث ودراسات الرأي العام والإعلام ، وأخرى تعتني بالمجتمعات القروية .

- شبكة الإنترنت حيث تم البحث في المواقع الآتية :

A.www.Agric.nsw.gov.au/rwb/current whosa rual woman.htm
B.www.google.com.
C.www.rural woman in day conference 1998.

هذا إلى جانب استخدام الكلمات والمصطلحات الدالة الآتية للحصول على مزيد من الدراسات:

d-Search Under:
- rural woman in mass communication Research.
- femininism.
- Rural society and rural community.
- gender & mass media studies.

٤- الإطار الزمني للدراسة: وقد تحدد بدورة زمنية كاملة للعلوم الإنسانية على المستوى العلمي World Scale امتدت إلى سبع سنوات (١٩٩٥-٢٠٠٢م)

٥- الإطار الجغرافي للدراسة: نظرًا لأن القضية محل الدراسة ترتبط بالاتجاهات العلمية العالمية في محيط هذا الفراغ من العلوم الإنسانية، فقد اقتضت الحاجة التعرض للتوجهات النظرية والمنظور الفكري لمختلف المدارس العلمية في مجال علوم الإعلام، وتطبيقاتها على قضايا المرأة عمومًا. والمرأة الريفية على وجه الخصوص ، وهي كما ترد في هذا المبحث على التوالي(*)

(*) وفقا لترتيب ظهور هذه المدارس.

أ - **المدرسة الأمريكية** (*): باعتبارها أحد المدارس الرائدة في وضع الأسس النظرية للعلم (الإعلام) على يد جيل الرواد الأوائل أمثال (ولبر شرام Wilber Schramn). (إدوارد سبر Edward Saper)، (تشارلس رايت Charles Right)، وغيرهم.

ب - المدرسة الأوروبية أو ما تعرف (بالمدرسة النقدية) أو المدرسة التفسيرية :

والتي خرجت من عباءة دراسات التأثير والتأثر بأنماطها ومستوياتها المختلفة والتفاعل بين الوسيلة الإعلامية والجمهور - تلك التي تبنتها المدرسة الأمريكية لحقبة زمنية جاوزت الثلاثين عاما - لتتناول القضايا الإعلامية في سياق النظام الاجتماعي الشامل بمكوناته السياسية، ونظمه الاقتصادية، وصيغه الثقافية المؤثرة في الهيكل المجتمعي بصورة عامة، ومن رواد هذه المدرسة جيمس هالوران (James Halloran) ودينيس ماكويل (Denies Macquail)، وماكس لبر (Max Welber) وغيرهم (**).

جـ- **المدرسة الأفريقية** : والتي أسسها المحدثون من علماء الإعلام في أفريقيا خاصة في جنوب أفريقيا وأيضا في مصر ويمثل المجلس الأفريقي لتعليم الإعلام African Council For Communication Education (ACCE) والدوريات العلمية المتخصصة مثل Africa Review وكذلك المؤلمات العلمية المتخصصة القنوات الشرعية التي تنقل الفكر الإعلامي الأفريقي للدارسين في العالم، ذلك الفكر الذي نُظِّر له، وأسست منهجيته في أطر تأخذ في الاعتبار الطبيعة الخاصة للقارة الأفريقية، والمكونات الحضارية والثقافية للمجتمع الأفريقي.

د- **المدرسة الأسيوية** : والتي أسهمت إسهامًا متميزًا في تأسيس الفرع الأكاديمي للإعلام المعني بالمجتمع الريفي والزراعي والمعروف باسم Development

(*) لأغراض التأريخ للمدرسة الأمريكية : انظر

-Wilber Schramm Communication in Modern Society ? (Urbana University of Illinois Press 1998)..
-Wilber Schramm : Change to Mass Communication research in Introduction to Mass Communication Research (Baton Rouge Louisiana state University Press 1958(.
-Wilber Schramm: Mass Communication (Urbana: University of Illinois Press 1960).
-Edward Saper: Communication Encyclopedia of Social Sciences, N.Y . Mac-millan(1933).
-Charles Wright : Mass Communication, Sociological Prospective) N.Y Random House 1959).

(**) لأغراض التأريخ للمدرسة الأوربية في الإعلام : انظر

Games Halloran : Context of mass communication research in communication and social structure, critical analysis in media research (ed) E. a. Mcanamy. J .Schnitmann and N. James (N.Y Praeger 1981.)
Danis Macquail : Aspects of modern sociology & communication (2nd) (Longman Group 1981).

Communication حيث وجهت الأنظار خاصة في الصين والهند، والفلبين، وماليزيا، وأندونيسيا وغيرهم، نحو أهمية تطويع علوم الإعلام في خدمة قضايا التنمية الريفية، والنهوض بالمجتمعات الزراعية، إضافة إلى الدور البارز لهذه المدرسة في تعظيم البعد الاقتصادي لبحوث الإعلام خاصة بعد. ظهور ما يعرف بدول النمور السبع وتعاظم الدور الاقتصادي لليابان (*)

هـ- المدرسة المصرية : لتميزها وتفردها برغم انتماءاتها الأفريقية والعربية والإسلامية، حيث تجسد نموذجا جيدا للمزج الرشيد بين مختلف التوجهات الفكرية، والفلسفات النظرية بما يخدم احتياجات البحوث الإعلامية في مصر، ومن روادها عواطف عبد الرحمن، جيهان أحمد رشتي، خليل صابات، عبد الملك عودة، إبراهيم إمام .. وغيرهم (**)

٦-أطر العرض : إلى جانب تبنى البعد الجغرافي في التعرض للمنهجيات والنظريات التي تمارسها المدارس الإعلامية على تباين توجهاتها، تقتضي المناقشة العلمية للاتجاهات الحديثة في القضية محل الجدول الفكري في هذه الورقة طرح الدراسات الإعلامية الحديثة التي تعكس تلك الاتجاهات بمعطياتها الآتية:

أ- القضية المبحوثة : أي موضوع البحث .

ب - الأسس نظرية : أي النظريات التي تستند إليها الدراسة (إن وجدت) (***)

جـ- - الأطر المنهجية : أي المناهج المستخدمة في الدراسة .

د - وأخيرا الأدوات والأساليب الإجرائية : التي طوعتها الدراسة لتحقيق أهدافها وذلك في نطاق العرض النقدي لعلاقتها بالمستحدثات النظرية في مجال علوم الإعلام .

(*) لأغراض التأريخ : انظر

Magda A. Amer . Local Press Coverage to Middle East Issue Critical Analysis of Phil Foreign Policies, Directed to Middle east : Doctoral dissipation IMC:UP 1986.

(**) للمزيد من التفاصيل : انظر في عواطف عبد الرحمن.

- المدرسة النقدية.
- الإعلام الأفريقي.
- أوراق عمل وبحوث المؤتمرات التي عقدها الـ ACCE منذ أوائل الثمانينيات.

(***) هناك بعض الدراسات خاصة العربية لا تستند إلى أسس نظرية واضحة.

المبحث الثالث

استعراض مرجعي للدراسات الإعلامية العاكسة للاتجاهات النظرية الحديثة في دراسة قضايا المرأة الريفية في بعوث الإعلام

وتتعرض الباحثة في هذا المبحث للأجزاء الآتية:

١- مقدمة موجزة في نظريات الإعلام وتطورها : لتحقيق الألفة اللازمة لتتبع العرض النقدي للترات العلمي المستند لتلك النظريات .

٢- مقدمة موجزة منى التوجهات السياسية النظرية الخاصة بالمرأة والمعرفة باسم الـ Feminism لتيسر عمليات تتبعها في الدراسات التي يتم استعراضها .

٣- الاستعراض النقدي ، التفسيري ، ذات الطابع التحليلي لتلك الدراسات .

٤- التعليق العام على الدراسة .

أولا: نظريات الإعلام بين التاريخ والتحديث:

قدم الباحث الدكتور / سامي طايع تقسيما موضوعيًا للمراحل التي مرت بها نظريات الإعلام في تطورها يمكن إجماله فيما يأتي:

المرحلة التمهيدية : والتي يؤرخ لها بتوجيه علماء الاجتماع أنظارهم نحو وسائل الإعلام باعتبارها مؤثرات رئيسية وهامة في تكوين الرأي العام ، وخلخلة المعتقدات التقليدية السائدة ، وأيضًا في تحويل الاتجاهات عن العادات والتقاليد السلبية المتوارثة الغير مواكبة لمتطلبات العصر، وكذلك في تقبل التغيرات السياسية المفاجئة ، ولذا كانت البدايات الأولى الدراسات الإعلامية تستهدف فقط تحليل العمل الدعائي من الوجهة السياسية أو ما يعرف بالحملات الإعلامية Propaganda Campaigns، تلك التي طوعها المعلنون في الترويج لمنتجاتهم المختلفة في مرحلة تالية وتبنتها الدراسات الإعلامية لاستطلاع اتجاهات الرأي العام حولها بصورة مكثفة وإن ظلت في إطار الدراسات الاجتماعية.

ويشير الباحث إلى نظرية المجتمع الجماهيرية المستمدة من العلوم

الاجتماعية كبداية حقيقية للتنظير في علوم الإعلام ومفادها أن التطورات الاقتصادية بمردودها الاجتماعي من تقسيم للعمل ، وعزلة اجتماعية فرضتها عوامل تقليص أدوار قادة الرأي التقليديين ورجال الدين قد فتحت الباب لدخول وسائل الإعلام كعوامل تأثير رئيسية على الجمهور المتلقي، والممثل في المستهلكين للسلع المعلن عنها، المستهدفين بالدعاية السياسية(١٥) .

وبتكرار التجارب الأكاديمية وتنويع أساليب إجرائها تأكد للباحثين في حقبة زمنية قصيرة من ضعف التأثير الناتج عن وسائل الاتصال الجماهيري واقتصاره على دعم الاتجاهات القائمة إلى الحد الذي دعى بعض الباحثين إلى نفس تأثير هذه الوسائل Null Hypthesis ولقد أدت هذه النتائج المحبطة للآمال إلى الاتجاه نحو دراسة الجمهور باعتباره عنصرا فاعلا ونشطا ومؤثرًا في عملية الاتصال(١٦) . مما فتح الباب ومهد الطريق لبداية المرحلة الثانية في التنظير لعلوم الإعلام والتي امتدت لحوالي عشرين عامًا (١٩٤٠ – ١٩٦٠م) مستندة بصورة أساسية إلى نظريات علم النفس الاجتماعي أو ما يعرف بالـ Social Psychology Theories والنظرية الوظيفية Funcitionalism ولتفسير تأثير فعالية الإعلام ، حشر ركزت الدراسات التي أجريت هذه الفترة على تكوين الاتجاه ، وتغييره وأساليب قياسه ، وتوصلت في مجمل نتائجها

لأهمية الدور الذي تلعبه العوامل الاجتماعية الوسيطة أما ما يطلق عليه Intervening Social Factors ومالها من تأثير على جماهير وسائل الإعلام مؤكدة على أن فعالية وسائل الإعلام إنما تتحقق في إطار المكونات المجتمعية بما تحمله في طياتها من عادات وتقاليد وأنساق قيمة تؤثر في الحراك الاجتماعي لمختلف طوائف المجتمع(١٧) .

ويمثل عقد الستينيات مرحلة ثالثة في تطور نظريات الإعلام حيث أضيفت أبعاد جديدة للدراسات الإعلامية ارتبطت بالعمليات الاجتماعية والاتصالية المختلفة في نطاق تعديد العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وكل من التغييرات القابلة للقياس Measurble Changes والتحول في الاتجاهات والمعلومات والآراء Variation in attitudes, information, and opinions مركزة على التأثيرين طويل المدى وقصير المدى أو Short or Long Term Impact وكذلك العمليات الإدراكية أو Cognition لمجالات التأثير، ولافته

الأنظار للدور الذي تلعبه المتغيرات الوسيطة المرتبطة بالجمهور كالميول والدوافع والظواهر الجماعية Dispositions motivations and collective phenomena إلى جانب البناء الأيدويولوجي للمتلقي، والأنماط الثقافية التي يتفاعل في سياقها Cultural Patterns(١٨).

وقد أفرزت تلك المرحلة مجموعة من النظريات تعتبر أساسا لما يجرى من بحوث في مجال الإعلام عموما حتى اليوم من أهمها؟ نظرية التنشئة الاجتماعية، ونظرية الغرس الثقافي، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية دوامة الصمت، ونظرية البناء المعرفي، ونظرية الأطر، ونظرية فجوة المعرفة.. وغيرها والتي وضعه لها العلماء تصنيفات عدة وفقا لأدوارها الوظيفية في تفسير مختلف عناصر العملية الاتصالية (*)

ولا شك أن الدراسات الإعلامية الحديثة قد استعانت بما يلائم تحقيق أهدافها من تلك النظريات كما سيتضح في إطار هذه الدراسة.

ثانيًا: الحركة النسائية وعلاقتها ببحوث المرأة أو الـ Feminism:

واكب ظهور الحركة النسائية أو ما يعرف بـ الـ Feminism الاهتمام الدولي بقضايا المرأة، والذي ترجم في عقد المؤتمر للأمم المتحدة الأول للمرأة في عام ١٩٧٥م في المكسيك والذي استتبعه إعلان عام ١٩٧٥ م عاما دوليًا للمرأة ثم العقد (١٩٧٦ - ١٩٨٥م) عقدًا دوليا للمرأة، وتتابعت الجهود حتى انعقاد مؤتمر المرأة الدولي الرابع في الصين عام ١٩٩٥م، والذي شاركت فيه أكثر من ١٨٩ دولة من دول العالم وحضره ما يقارب الـ ٢٠٠٠٠مشارك إلى جانب الممثلين للهيئات الأهلية للمرأة والذين قارب عددهم الـ ٣٠٠٠٠ مشارك.

على وجه العموم فقد اتسقت توجهات الحركة النسائية اتساقًا كبيرًا مع الجهد الدولي المبذول في المطالبة بمساواة المرأة مع الرجل في جميع جوانب الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

(*) ستقوم الباحثة بإلقاء الضوء على مفردات تلك النظريات عند ورودها أو بعضها في سياق الاستعراض المرجعي.

وكان لهذه الحركة الفضل في إضافة مصطلحات جديدة على الأجندة البحثية لدراسات الإعلام مثل الـ Gender بديلًا عن الـ gender discrimination والذي يعنى التمييز عن أساس النوع وأيضًا الـ Silent Speaker ويقصد بها المرأة التي لا تستطيع أن تعبر عن نفسها ، والـ Sexual Harassment أو ما يعرف بالتحرش الجنسي والـ Stereotypes الأطر النمطية كبديلًا عن الـ Image أو الصورة.

وقد تفاوت تأثير تلك التوجهات بين مختلف دول العالم تبعا للأنساق الثقافية السائدة ، ومستويات التغير الاجتماعي والخصوصيات المجتمعية بما تمثله من قيم ضابطة(٢١).

والتساؤل الآن ما مدى انعكاس ذلك على دراسات المرأة عموما ، والمرأة الريفية على وجه الخصوص في مجال الإعلام؟

هذا هو ما سنعرض له في الجزء التالي من هذه الدراسة .

ثالثًا : الاستعراض المرجعي : ويشتمل على:

١ - مجموعة الدراسات الإعلامية المعنية بالمرأة الريفية التي تعكس المدرسة الأمريكية في الإعلام .

٢ - مجموعة الدراسات الإعلامية المعنية بالمرأة والمرأة الريفية والتي تعكس المدرسة الأوروبية في الإعلام .

٣ - مجموعة الدراسات الإعلامية المعنية بالمرأة الريف والتي تعكس المدرسة الأفريقية والأسيوية في الإعلام .

٤ - الدراسات العربية المعنية بالمرأة ، والمرأة الريفية في الإعلام .

٥ - البحوث المصرية في مجال المرأة والمرأة الريفية في الإعلام(*)

(*) نظرا لأن المرأة الريفية تصنف على أنها أحد الشرائح النوعية والقطاعات المجتمعية في الدراسات الاجتماعية عموما والإعلامية على وجه الخصوص فقد ندرت الدراسات الإعلامية التي تتناول المرأة الريفية بتصنيفها النوعي في عناوينها ، وتنوعت على الجانب الآخر الدراسات التي تتناولها كشريحة متميزة لطبيعة تكوينها الاجتماعي - كما سبق الذكر - داخل دراسات المرأة ، خاصة في دول الشمال كالولايات المتحدة الأمريكية وأوربا الغربية؛ ولذا عمدت الباحثة لتصنيف الدراسات المطروحة بهذه الورقة العلمية تصنيفًا يضع المرأة بصورة عامة في المقدمة، ثم المرأة الريفية بصفة خاصة .

حيث يتم استعراضها وفقا لما يأتي:

١ - مجموعة الدواسات الإعلامية المعنية بالمرأة والعاكسة لتوجهات واتجاهات المدرسة الأمريكية في الإعلام ، ومن بينها :

دراسة "Kay Mills"[(٢٢)]

والخاصة ببحث الأدوار التي تلعبها الإعلاميات والقائمات بالاتصال في صحف المرأة المتخصصة في الكشف عن المشكلات والقضايا محل اهتمام النساء الأمريكيات على اختلاف شرائحهم المجتمعية (حضري، ريف ، مهاجرات ، ... الخ). وأيضًا مستكشفة للعوامل الكامنة وراء التغير والتطور في المضامين الإعلامية الموجهة للمجتمع النسائي الأمريكي على تباين قطاعاته.

وقد استندت الباحثة في إطارها المنهجي المقارن Comparative Approach ببعديه التحليلي التفسيري ، والمقارن في إطار زمن طويل مداه ثلاثون عاما حيث اختارت عينة الصحف التي قامت بتعليلها من فترتين زمنيتين متباعدين بصورة كبيرة هما ؟ (شهري يناير وفبراير من عام ١٩٦٤م) في مقابل (شهري يناير وفبراير من عام ١٩٩٤م) وذلك لتتمكن من قياس مؤشرات التباين والتغير قياسًا دقيقًا يفتح الباب أمام استشفاف العوامل المسببة والكامنة وراء هذا التغير في المضامين الإعلامية الخاصة بجمهور النساء الأمريكيات وقد أشارت الباحثة في مجمل نتائجها إلى تغييرات ذات دلالات إحصائية واضحة في مضمون الموضوعات النسائية في صحف المرأة الأمريكية يعبر عن ارتفاع كبير في حجم المساحات المخصصة لتلك الموضوعات، وكذلك تغييرًا في نوعية القضايا التي تغطيها تلك الموضوعات خاصة ما يرتبط منها بالعنف ضد المرأة في كافة أشكاله(*). وأيضًا ما يرتبط منها بالعجز الاقتصادي للمرأة مقارنة بالرجل في المجتمع الأمريكي.

دراسة Daniel Nicholson :

والتي يعرض فيها الباحث لتغطية صحيفة New York Times للمؤتمر النسائي الأول في العالم والذي عقد في مدينة Hague منذ ما يقارب الـ عام

(*) سبقت الإشارة في مقدمة الدراسة لمختلف أشكال العنف.

(١٩١٥م) والذي شجب في بيانه الختامي الحروب وناهض نشوبها[**] من خلال ١٥٠٠ مشارك كوفود تمثل ١٦ دولة آنذاك ويتتبع الباحث مستعينًا بالمنهج التاريخي المحاور الرئيسية للمؤتمر والمتمثلة فيها:

- استراتيجيات مجابهة العنف الأسري والاجتماعي ضد المرأة خاصة في المجتمعات الغير متحضرة.

- دعم الحركة الأصولية النسائية Radical Feminist:

- تعامل الصحف الأمريكية القومية والمتخصصة مع مشكلات وقضايا المرأة وقد استند الباحث إلى أداة تحليل المضمون ببعديه الكمي والكيفي لصحيفة النيويورك تايمز الأمريكية New York Time ماسحًا (منهج المسح الإعلامي) لمختلف المواد التحريرية المرتبطة بتغطية أحداث مؤتمر Hague.

وأشار الباحث في مجمل نتائجه إلى أن الوعي بالاختلاف الجنسي (بين الرجل والمرأة) وتوظيفه في التعظيم من الأدوار الذكورية على حساب الإناث إنما هو سلسلة مستمرة لم تنفصم عراها منذ ١٩١٥م وحتى الآن كما أن الكيل بمكيالين بين النساء في المجتمعات المتحضرة في مقابل قانطات المجتمعات النائية متحضرة ظاهرة استمراريتها منذ انعقاد ذلك المؤتمر النسائي وحتى اليوم وإن اختلفت مظاهرها وتباينت أغراضها[٢٣].

دراسة Nancy Hausrman:

والخاصة بالعنف والتحرش الجنسي ضد المرأة (دراسة حالة)، وتربط هذه الدراسة بين بعدين على جانب كبير من الأهمية هما : قضايا العنف والتحرش ضد المرأة على جانب والتأثير الثقافي للإعلام ، أي تجيب على تساؤل: كيف يمكن أن يسهم الإعلام في إدانة العنف ضد المرأة بكافة أشكاله بما في ذلك قضية التحرش الجنسي خاصة بين الفئات الاجتماعية غير الناضجة ، وقد قامت الباحثة مستخدمة أداة التحليل ((دراسة الحالة)) ومطبقة على أحد الحوادث الواقعية التي نشرتها صحيفة الـ Business Week في عددها الصادر في

(**) عقد هذا المؤتمر خلال الحرب العالمية الأولى (١٩١٤ - ١٩١٨م).

٢٣/ ٥/ ١٩٩٦م حول العنف الذي مورس ضد إحدى السيدات والكيفية التي غطت بها الصحيفة الحدث وارتكازًا على المنهج المقارن قارنت بين معالجة تلك الصحيفة للحدث بمعالجة الصحافة السويدية لحادثة مناظرة كاشفة اللثام عن مجموعة من القضايا المهمة أمثال : هل المرأة بقضاياها باتت خبرًا؟ وإذا كان.. كيف يمكن أن يعالج إعلاميًّا؟ وما الذي لا يمكن معالجته؟ وما مدى التباين بين المدرسة الأوربية في تغطية الحدث مقارنة بالمدرسة الأمريكية ممثلة في صحيفة الـ Business Week وقد أشارت الدراسة في نتائجها إلى تفاوت نسبي بين التعرض الأمريكي لظواهر العنف ضد المرأة مقارنة بالتعرض الأوربي لنفس الظواهر[٢٤].

دراسة (Calista Simbakali) وآخرين:

حول تأثير حملات تنظيم الأسرة في وسائل الإعلام على الريفيات ((دراسة تطبيقية على قرويات تنزانيا)) تتعرض الدراسة لمدى مساهمة الحملات الإعلامية التليفزيونية الموجهة للريفيات في تنزانيا على استخدامهن لوسائل تحديد النسل وتنظيم الأسرة ، وقد اعتمدت الدراسة على المسح الميداني لعينة قوامها ٤٢٢٥ مفردة من ريفيات تنزانيا وتم تحليل البيانات بالاستعانة بأسلوب التحليل المعروف Abivarite Analysis وقد أشارت الدراسة في نتائجها إلى تكريس العمل الإعلامي واستخدام أكثر من وسيلة إعلامية من شأنه تغيير اتجاهات المستهدفات من حملات تنظيم الأسرة الإعلامية نحو استخدام موانع الحمل المناسبة[٢٥].

دراسة Adrienne Rivers:

حول دور الراديو المحلي في تنمية أوضاع المرأة الريفية في أوغندا ، حيث أجرت الباحثة الأمريكية هذه الدراسة في أحد البلدان النامية (أوغندا) بالتطبيق على شرائح المجتمع الزراعي والريفي وتعرضت للفلسفة الكامنة وراء إعادة تشغيل المحطات الإذاعية المحلية عام ١٩٩٤م بعد توقفها لفترة طويلة عن البث لجمهورها النوعي المستهدف من الريفيات . وتشير في معرض نتائجها إلى دور الجمهور كشريك فاعل في نشاط تلك الإذاعات المتخصصة خاصة بين النساء الريفيات الأوغنديات وتؤكد أيضًا على الأدوار الرئيسية التي يلعبها التليفزيون

في تشكيل التراكيب التقليدية للمجتمع النسائي الريفي الأوغندي وإعادة هيكلتها نهوضًا بأوضاع المرأة الريفية الأوغندية .

وتتبنى الباحثة في هذه الدراسة التعليل التفسيري والكيفي بأبعاد النقدية للظواهر محل الدراسة (٢٦) .

دراسة Carolyn Byerly:

والخاصة بعلاقة المرأة بالإعلام في محاولة لتقديم أجندة أكثر شمولية في عصر العولمة ، حيث تطرح الباحثة أبعاد الخطاب النسائي في الإعلام الأمريكي الذي يميل للتركيز على التمثيل النوعي Gender Representation بتكوينها البيولوجي كأنثى متجاهلا ما ينوما بها من مسؤوليات في إطار النهوض الاجتماعي والاقتصادي بمعطياته الصناعية وأدواته الاستثمارية ومفرداته التسويقية والتجارية ، وتنتقد الباحثة الأطر النظرية المعاصرة لفقدانها التنظير المعضد لمكانة المرأة (خاصة من تكابد الفقر) في الرأسمالية وأنماط الملكية والعمالة والمستويات المختلفة لصناعة القرار، وتطالب بأطر نظرية أكثر شمولية من شأنها تحجيم الخطاب الأنثوي النوعي في الإعلام الأمريكي في مقابل تدشين لمواقع جديدة للمرأة الأمريكية - عموما والتي تعانى مستوى اقتصاديًا متدنيًا على وجه الخصوص - على خريطة الاقتصاد الأمريكي الفاعلة.

والباحث في ذلك انحرف بعيدا عن الأيديولوجية الكلاسيكية في استعراض البحوث العلمية الإعلامية متبنية للمسار الفلسفي والفكر التجريدي المستند إلى النقد التفسيري تحقيقًا كفاية مرجوة (٢٧) .

دراسة كل من (Monika Djerfpierre), (Rao- Shakuntala) (Anghard (Valdivia), (30) حول:

- Gender Culture and Journalism Net – Working.

أي ثقافة المرأة والشبكات الصحافة .

- Media Gender & Nationalism.

أي المرأة والإعلام والهوية القومية .

Ethnicity and Expressive Culture, Gender & Ethnic Assertion

المرأة وتأكيد الهوية أو الأقليات العنصرية والثقافة التعبيرية .

حيث كشف التحليل النوعي للدراسات الثلاثة عن تبنيهم لاتجاه الـ Gender الذي أفرزته الحركة النسوية Feminism في معالجتهم الإعلامية لقضايا المرأة المطروحة والتي تتلاقى عند نقطة محورية متوحدة هي تأثير البعد الثقافي وعلاقته بالمرأة على القائمين بالاتصال وما يقدمونه من محتوى لقطاعات الجمهور المختلفة من خلال البحث في الهوية الثقافية ، والقومية للمرأة وانعكاساتها في المحتوى الإعلامي الموجه للمرأة .

دراسة (Ramona Rush)[٣١] .

والتي تتعرض لدراسة المرأة والإعلام وعلاقته بالظروف الراهنة على جانب ومحاولات التغيير على الجانب الآخر، هل تباينت صور المرأة وأدوارها ومعالجة قضاياها فى وسائل الإعلام الأمريكية خلال الثلاثين عاما الماضية !!، هل باتت فاعلة كقائمة بالاتصال في مجال الإعلام النوعي المخصص للمرأة مما انعكس على معالجات قضايا المرأة في الإعلام !

وتفند الباحثة تساؤلها المحوري إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تحاول الإجابة عليها مستخدمة منهم التحليل الكيفي، والتفسير الدلالي والنهج المقارن لمعطيات دراستها، وتستخلص نتائجها مؤكدة على اتساع دوائر إشراك المرأة في العمل الإعلامي مقارنة بالسبعينيات ، وزيادة حجم المادة التحريرية المعالجة لموضوعاتها وان تماثلت إلى حد كبير التغطيات المتناولة لقضاياها من حيث تقليدية الموضوعات وارتباطها بتكوينها الأنثوي (موضة - أزياء- مأكولات - اهتمامات بقضايا الأمومة والطفولة) مع حيز صغير لقضاياها الاقتصادية ومشاركتها الاجتماعية الإيجابية في الحياة العامة .

دراسة (Margate Howelleck):

والتي أعدتها خصيصًا لبحث أوضاع المرأة الأفريقية من عينة من

الريفيات الأفارقة مختارة من عدة دول أفريقية بطريقة ((العينة العشوائية)) مستخدمة للاستبيان الميداني، ومطوعة للأساليب التحليلية الإحصائية ، ومؤشرات التحليل الكمي لتحقيق أهدافها وقد أوضحت الباحثة في مجمل نتائجها عدم وجود فروق ذات دلالة بين مختلف شرائح السيدات الريفيات في العديد من الدول الأفريقية .

دراسات كل من (Anghlarad Valdiva)[٣٣] (Agus – Endah Trista)[٣٤] ، (Lisa Mac Laughlin)[٣٥] ، (Linda K, Fuller)[٣٦] ، (Barbara Ann Barnet)[٣٧] ، (Maggie Magor)[٣٨]:

والتي قامت جميعًا في المؤتمر الدولي الثاني والعشرين للإتحاد العالمي لبحوث الإعلام والذي عقد في مدينة برشلونة بأسبانيا (٢٠٠٢م) حيث تناولت الباحثات الأمريكيات القضايا المتنوعة المرتبطة بأوضاع المرأة الأمريكية وعلاقتها بالإعلام الأمريكي النوعي والتخصص بصفة عامة والإعلام النسوي بصفة عامة، ومن القضايا التي طرحتها تلك الدراسات : التعددية الثقافية صراع أم التقاء في توجهات النساء من الثقافات المختلفة ؟ تأثير العنف المثبوت في القنوات الإسلامية على جمهور الفتيات الصغيرات في قرى أندونيسيا ، توظيف الحركة النسائية في طرح قضايا المرأة في المجتمع الأمريكي وأدوار الإعلام النسائي في تفعيلها ، أيضًا الأزمات والمشكلات التي تواجهه طرح الإعلام الأمريكي لمبادئ الحركة النسائية في خدمة قضايا المرأة الأمريكية ، وكذلك دراسة القضايا المرتبطة بالقهر الاقتصادي للمرأة الأمريكية من الشريحة الدنيا والذي يدفع بها لامتهان المهن غير الكريمة طلبًا للمال ، ومعالجة الإعلام الأمريكي لتلك الظاهرة المتفشية خاصة بين السواد الأعظم من الزنجيات ، وأخيرًا انعكاس مشكلات المرأة الأمريكية في القطاعات المختلفة على ما تقدم لها القنوات التليفزيونية المتخصصة .

وقد تكاملت الدراسات الست السابقة في إلقاء الضوء على القضايا المحورية في المجتمع الأمريكي في الفترة الراهنة والتي تتعامل مع قنوات البث الإعلام الأمريكي وانعكاسات التيارات الفكرية المعاصرة من Feminism والـ (Structuralism) على المضامين التي يبثها الإعلام الأمريكي واستنباط مدى ملائمتها لاحتياجات المرأة الأمريكية خاصة بين القطاعات المتدنية والـ شرائح

الأقل نهوضًا في المجتمع الأمريكي أمثال ((مجتمعات الزنوج)).

وقد استندت الدراسات الست السابقة إلى منهج تحليلي وحيد هو منهج التفسير الدلالي والذي يناقش القضية ويعدد عناصرها وصولاً للهدف.

وأخيرًا دراسة (Barbera Barnet)[٣٩].

عن ملامح الصورة النسائية التي ترسمها الصحف الأفريقية للشرائح النسائية الأفريقية المتباينة والدراسة يتضح من عنوانها تطبيقية على عينة من الصحف الأفريقية النسائية ، وكذلك عينة ممثلة لجمهور النساء القارئات لتلك الصحف النسائية ، وتنتهج الدراسة في إطارها النظري والمنهجي المسار الإمبريقي في الدراسات الميدانية الذي يختار عينة عشوائية ممثلة لمجتمع ما لدراسة تأثير أنواع معينة من الرسائل الإعلامية ثم تحليلها كما وكيفا مطبقا على عينات مختارة .

خلاصة استعراض المدرسة الأمريكية :

إن مراجعة التراث العلمي الأمريكي خلال الدورة الحالية للعلوم الإنسانية (١٩٩٥ -٢٠٠٢م) في محيط قضايا المرأة عموما والريفية على وجه الخصوص في بحوث الإعلام والاتصال الجماهيري قد أزاح اللثام عن:

١ - الندرة الواضحة للدراسات التي تناولت قضايا المرأة الريفية بصورة متفردة ، والاكتفاء في معظم الأحيان بتضمينها في دراسات المرأة عموما، ويتسق ذلك مع طبيعة المجتمع الأمريكي الذي تتلاشى فيه الحدود الفاصلة بين شرائح مجتمعه وقطاعاته على تنوعها بين سكان أصليين ومهاجرين وبيض وزنوج ، وريف وحضر.. إلخ ، نتيجة لعوامل النهوض الاقتصادي والتقدم التكنولوجي التي تهيئ مناخا من الرخاء الاقتصادي ، والرفاهية المادية المنعكسة في ارتفاع مستوى المعيشة ، وبالتالي مستويات الدخول ، وانتشار التعليم ، وكفاءة الخدمات الصحية ، وان كان مجتمعا يفتقد إلى الهوية الثقافية المتوحدة مما يساعد على فقدان الأنساق القيمة الضابطة والعادات والتقاليد الحاكمة لعوامل تواجدها.

٢- التكريس الواضح للقضايا النسائية بخطاب الإعلام الأمريكي ودراساته الأكاديمية المرتبطة بالإثارة، كالعنف والتحرش الجنسي، والإباحية غير المقننة إلى جانب تركيز الدراسات الإعلامية الأكاديمية على البعد الاستثماري لإمكانات المرأة البيولوجية (تحليل الإعلانات المروجة لمختلف السلع الاستهلاكية في المجتمع الأمريكي) على حساب القضايا الجوهرية الملحة المطروحة على الساحة الدولية عموما والساحة الأمريكية على وجه الخصوص التي أفرزتها ظهور حركة النسائية Feminism وما بعد النسائية (Post – Feminism) والتي من شأنها ترشيد علاقة المجتمع الذكوري بمجتمع المرأة رفضا للغبن التي تتعرض له المرأة في دول الجنوب والشمال على حد سواء.

٣- تناول قضايا المرأة الريفية في الدراسات الإعلامية الميدانية الأمريكية في غالب الأحيان بالتطبيق على عينات من الريفيات في دول العالم الثالث خاصة القارة الأفريقية ويتجلى ذلك واضحًا في دراسات كل من (Calista Simbakali)[٤٠] و (Adrienne Rivers)[٤١] . وغيرهم ولعل الباعث من وراء اختيار المجتمع الإفريقي النسائي للتطبيق يمكن أن يكون هو ذاك العلاقة التاريخية الممتدة التي تربط الولايات المتحدة بزنوج أفريقيا .

٤-يكشف التحليل التفسيري للدراسات الإعلامية الأمريكية المعنية بالمرأة عمومًا والمرأة الريفية على وجه الخصوص إلى اتجاه المدرسة الأمريكية نحو عدم الإفصاح عن السند النظري للدراسة رغم وجوده بصورة ضمنية في نطاقها، والاكتفاء بتحديد أطرها المنهجية ، والأدوات المستخدمة لتحقيق أهدافها .

٥- تستعير المدرسة الأمريكية المنهجيات الإعلامية التي تفتقت عنها الإرهاصات الأولى للمرحلة الثالثة من مراحل التطور في النظريات الإعلامية ، والمنهجيات المرتبطة بها (بدايات الستينيات) في إجراء الدراسات الإعلامية أمثال منهج المسح الإعلامي ، المسح المقارن ، المسح الميداني بالعينة ، أداة ومنهج تحليل المحتوى (كمًا وكيفًا)... إلخ . دون الاستناد إلا نادرًا للاتجاهات الحديثة المستخدمة خاصة في محتوى الخطاب الإعلامي، كتعليل الأطر، أو القوى الفاعلة ... وغيرها .

٦- هناك اتجاه يتنامى على استحياء في المدرسة الأمريكية نحو إضفاء الصفة الشرعية على معطيات الحركة النسائية في التطبيقات الإعلامية وتعبيد الطريق لانتشارها وتبينها بصورة تدريجية متباطئة نوعًا إذا ما قورنت بالمدرسة الأوربية التي أسست المبادئ الرئيسية لهذه الحركة وحققت مردودًا إيجابيًا كبيرًا وأصداء وردود أفعال متلاحقة جعلها تتخطى تلك المرحلة إلى ما يعرف بالـ Post – Feminism أو ما بعد الحداثة في نطاق قضايا المرأة في الإعلام. ويظهر ذلك بوضوح في دراسات كل من (Lisa Maclaughin)[٤٢]، (Lina Fuller)[٤٣]، (Elizabeth Maclean)[٤٤]، (Irene Costera)[٤٥] وغيرهم.

٧- ساهمت أداء الملاحظة بالمشاركة في الكشف عن تخصص الباحثات الأمريكيات في قضايا الـ gender دون اختراق المجتمعي الذكوري لذلك المجال، حيث الذي لا يولي أية أهمية لذلك البعد الجديد في دراسات الإعلام[*].

ثانيًا: استعراض الدراسات الإعلامية في مجال المرأة والإعلام التي تعكس التوجهات النظرية للمدرسة الأوروبية أو ما تعرف بالمدرسة التفسيرية (النقدية) في الإعلام:

ومن بين الدراسات التي تمت مراجعتها:

دراسة (Jake Hermes)[٤٦]:

والمعنية بقضايا المرأة على اختلاف شرائحها المجتمعي في الصحافة النسائية الهولندية، حيث قام الباحث بتحليل مضمون صحيفة Opzing الهولندية الريفية، وتعرض مستخدمًا للمنهج التاريخي لنشأة الصحيفة، وتطورها، والملامح المميزة لشخصيتها التحريرية، وإستراتيجية العمل الإعلامي بها، وجماهيرها المستهدفة من جمهور ريفيات، وأشار في نتائجه إلى جمهور الريفيات قارئات تلك المجلة لا ينتسبون من قريب أو بعيد للحركة النسائية ذات الأصداء الكبيرة في أوروبا الغربية، ولا يتطلعون لمزيد من الحقوق السياسية أو الاقتصادية والاجتماعية حيث يتفشى فيما بينهن مناخ من الرضا والاستكانة

(*) الباحثة شاركت في العديد من تلك المؤتمرات، وعملت وتعمل مع الكثير من هؤلاء الباحثات حتى الوقت الحاضر.

بالوضع القائم على الرغم من محاولات الصحيفة استثارة حميتهن نحو المطالبة بحقوقهن ومساواتهم بالرجال ويعكس ذلك التأثير الضعيف للمجلة في تغيير اتجاهات قراءها نحو قضية محل جدل قائم .

- الدراسة الدولية التي أجرتها هيئة اليونسكو في باريس حول نمذجة قضايا المرأة وتطويع الإعلام في خدمتها والتي شارك فيها نخبة من علماء القارة الأوروبية إلى جانب المشاركة من قبل مجموعة من علماء القارات الأخرى والمعروفة باسم Gender Patterns in Media Employment(٤٧).

والتي تعاملت مع جمهور الإعلاميات النساء في مناطق شتى من العالم شماله ، وجنوبه في كل من دول أوروبا الشرقية والغربية ، والولايات المتحدة الأمريكية ، والقارتين الأفريقية والأسيوية لدراسة أيديولوجياتهم والاتجاهات الفكرية التي يتبنوها والتي تنعكس على الخطاب الإعلامي الموجه للنساء في قطاعاتهم المختلفة ، وقد اعتمدت الدراسة على المسح الميداني بالعينة للقائمات بالاتصال في الدول المختارة سالفة الذكر، وتوصلت في مجمل نتائجها إلى تجنب المرأة الصحافية عموما للموضوعات الضخمة ، التي من شأنها تغيير التوجهات وإشعال الثورات المطورة خاصة في نطاق الأطر الثقافية السلبية في المجتمعات المغلقة والرضا بالتركيز على دعم التوجهات الاجتماعية المقبولة في مجتمعاتهم ودعم اتجاهات المجتمع النسائي نحوها .

دراسة (Flanders L. Real)(٤٨).

والتي تعاملت مع طبيعة التكنيك والآلية التي تستند إليها الصحافة النسائية، والقائمات بالاتصال العاملات فيها في اختيار أفضل الموضوعات النسائية التي تمس احتياجات مختلف شرائح المجتمع الأوروبي بحضره ومدنه وريفه ، وقد أولت الباحثة عناية خاصة للكيفية التي تصاغ بها المادة التحريرية النسائية ، ومدى جاذبيتها والقضايا المختارة على ساحتها، ونوعية الجمهور المتلقي لها، وقد استعانت الباحثة بالاستبيان الميداني المطبق على عينة من قارئات الصحف النسائية المتخصصة ف انجلترا لتحقيق أهداف الدراسة كما قامت بتطبيق معايير التحليل الكيفي للخطاب الإعلامي لاستقاء نتائجها .

- سلسلة الدراسات الإعلامية النسائية المتخصصة التي قامت في جامعة إكسفورد حول أوضاء المرأة الريفية والمرأة الفقيرة عمومًا في القارة الأفريقية (١٩٩٦م)[٤٩] والتي عرضت في صورة تقريرية نقدية لمجموعة من التقارير التي تتناول أوضاع المرأة الريفية والفقيرة في الخطاب الإعلامي الأفريقي وقد أوصت في معرض نتائج التحليل بمنح مزيد من الاهتمام لحقوق المرأة الإفريقية عموما ، والريفية على وجه الخصوص لتتساوى بالقارات الأخرى، وألقت السلسلة الدراسية الضوء على ضرورة زيادة جرعة الخطاب الإعلامي المحرض على حصولها على حقوقها السياسية والاقتصادية والثقافية ، وطالبت الدراسة في توصياتها ، بمشاركة الإعلام الإفريقي الفاعلة في القضاء على العادات والتقاليد والممارسات الضارة التي ما تزال تمارس ضد المرأة الريفية .

وقد اعتمدت الدراسة في منهجيتها على منهج دراسة العلاقات الارتباطية بين متغيري البحث في مراحله المختلفة وهما المرأة والإعلام . وقامت بتحليلها وتحديد أبعادها وأهميتها في التأثير الكلى على الظاهرة موضوع الدراسة ، وذلك من خلال استمارة استقصاء مقننة إلى جانب مجموعة الملاحظات بالمشاركة من قبل الباحثين الذين قاموا بإجراء التطبيق الأمبريقي لاستبيان الدراسة .

- سلسلة أخرى من الدراسات قامت بها المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلومUNESCO حول أدوار المرأة الاجتماعية ، وملامح صورتها كما تعكس وسائل الإعلام تحت عنوان :

Mass Media : Image, Role and Social Conditions of Women.

وتكشف نتائج الدراسة التي يعرضها التقرير عن سلبيات كثيرة في أوضاع المرأة الريفية يعكسها انتشار عمالة الإناث في الريف الأفريقي عموما مثل ريف مصر حيث تصل إلى نسب تتراوح ما بين (٤٥ – ٥ , ٥٢ ٪) في بعض دول الشمال الأفريقي، وتشير إلى دوافع مساعدة الأسرة على تحمل الأعباء الحياتية كدافع رئيسي لعمل المرأة في سن مبكرة ، كما تشير إلى أن الخطاب النسائي الأفريقي لا يوجهه للمرأة الريفية الأفريقية التي تصنف على أنها تقليدية معظم وقتها في رعاية الأطفال والطهي والغسيل بالإضافة إلى أعمال الزراعة ومساعدة الزوج في الحقل ، وهي تعمل في المتوسط ١٢ ساعة يوميا، والتقرير يصنف في الدراسات

الإعلامية تحت الدراسات الوصفية التي تكشف عن الأوضاع المتردية التي تعيش فيها المرأة الريفية في أفريقيا عموما ، ويطالب التقرير الأجهزة الإعلامية الأفريقية بمن يد من الجهد لتحسين أوضاع النساء الأفريقيات اللاتي يبذلن قصارى جهدهن دون أن يضاف لرصيدهن شيء يذكر ، وهذه في النهاية هي الصورة التي يروجها لها الإعلام الأفريقي الذي يجب أن يقدر من إستراتيجيات عمله وآليات التنفيذ في اتجاه تدعيم أوضاع المرأة الريفية في المجتمعات الريفية المختلفة .

دراسة (Rodriguea L. Shopping)[٥١].

عن الأدوار التي يلعبها الإعلام في تنمية المجتمعات الزراعية بدول الجنوب بالتطبيق على دولة المكسيك التي تقع في قارة من قارات العالم الثالث أو ما يطلق عليه دول الجنوب (أمريكا اللاتينية) وكانت تدور حول الأدوار التي تلعبها الدراما المذاعة من خلال محطات الراديو المحلية في إنماء وعي الريفيين والريفيات بالمستحدثات خاصة في قطاع الزراعة . وقد استندت الدراسة إلى استمارة الاستبيان الميدانية للتعرف على الموضوعات والقضايا الزراعية التي تبثه الإذاعة المحلية من خلال برامجها الدرامية والتي يمكن أن تسهم في تغيير الأفكار والاتجاهات وتبنى المستحدثات .

دراسة (Barclay Raymond)[٥٢]:

حول استخدامات الراديو في مقاطعة أركنساس للنهوض بالمجتمع الزراعي بالمقاطعة وتوصيل المعلومات والمستحدثات ونقل المعارف التكنولوجية للريفيين والريفيات على تنوع اهتماماتهم وأشارت في مجمل نتائجها لأهمية الإذاعة في توصيل المعلومات .

دراسات كل من (Nancy & Bortz Albert)[٥٢] **(John Begg)**[٥٣] **(Nicki Crick)**[٥٤]

والتي اهتمت جميعًا بالبعد السيكولوجي والنفسي للمرأة في المجتمع الريفي وضرورة التركيز عليه عند إعداد الخطاب الإعلامي الموجهة لها مؤكدين

جميعًا في نتائجهم على أن زيادة إحساس المرأة بمشاعر القلق والعزلة الاجتماعية يمثل دافعًا رئيسيًّا وراء ركودها واستسلامها وعدم قدرتها على المطالبة بحقوقها، وقد قامت كل من تلك الدراسات بتطوير مقياسًا يلائم معطيات البحث ويسهم في الإجابة على تساؤلاته الرئيسية ثم اختباره على عينات تجريبية قبل تطبيقه على عينة الدراسة الرئيسية ، وتم التطبيق بالمقابلات الشخصية.

دراسات كل من (**Herrika Zilliaus**)[٥٥] (**Sanna Ojajavi**)[٥٦] ، (**Carlton M. Byrly**)[٥٧] ، (**KarenRoos**)[٥٨] ، (**MicheleMatin**)[٥٩] و(**Glisabeth Eide**)[٦٠] .

تنتمي الدراسات الثلاث الأولى للدراسات الإذاعية التي تتعامل مع قضايا المرأة في التليفزيون وتعرض القائم بالاتصال . وقد أضافت دراسة (Henrika Zilious) بعدًا جديدًا بتعرضها للرجال من القائمين بالاتصال في محيط البرامج النسائية وقارنت بين فاعلية المرأة القائمة بالاتصال في التأثير على المرأة المستقبلة لرسائله . وقد اعتمدت الباحثة على الاستبيان الميداني المقارن بين فئتي العينة لاستخلاص نتائجها.

دراسة (**Concette Stewort**)

التي حاولت فيها تقديم صيغة مقبولة لتحديد مقومات المجتمع المحلي ولما لذلك من آثار في صناعة القرار الناهض بأفراده بما يهم المرأة خاصة في المناطق النائية وذلك بالتطبيق على منطقة سبيرج (Syberage) النائية ، وقد لجأت الباحثة لمنهج التحليل التفسيري Interpretive Analysis لاستخلاص نتائجها.

دراسة (**Sharon Stover**)[٦٠]

والخاصة بالمجتمع الريفي ، والتي تعاملت فيها الباحثة مع معطيات المجتمع الريفي التنموي ومشكلاته ، وقضاياه الملحة ، والكيفية التي يمكن بها بناء جسور التواصل بينه وبين المجتمعات الرائدة تطورًا بتطويع إمكاناته لوسائل الاتصال الجماهيري لزيادة قدراته التنافسية.

دراسة (Monika Nilesso) [٦١]

والتي عرضت لإشكالية جدلية هامة ترتبط بزيادة أعداد القائمات بالاتصال وما يرتبط من زيادة المساحات المخصصة لقضايا المرأة على اختلاف شرائحها الاجتماعية وتشير الباحثة أن القائمات بالاتصال في السويد قد شاركوا الـ ٥٠٪ من مجموع الإعلاميين ، وجاء الجزء الأول من دراستها مختبرًا «الأبعاد الوظيفية» للإشكالية المبحوثة بمعنى هل تعتقد القائمات بالاتصال أنفسهن أن كثافتهن العددية قد أثرت إيجابيًا على توحد الإعلام لقضايا المرأة في قطاعات المجتمع المختلفة . أما الجزئية الثانية فهي تتعامل تعاملًا مباشرًا مع الواقع بالتتبع الراصد لقضايا المرأة في الصحف على مدى ٤٠ عامًا استنادًا إلى العينة البنائية (٦٨ أسبوعيًا) وتحليل المضامين خلال تلك الفترة لتتبع التغير والتطور الناتج عن زيادة الكثافة العددية للقائمات بالاتصال.

دراسة (Supriya Singh) [٦٢]

والتي تتعرض لاستخدامها النساء لشبكات الإنترنت من منظور أنثوي وتأثير السياق الثقافي والنظام المجتمعي على تعامل النساء مع الشبكة وتبنت الباحثة المنهج المقاييس للمقارنة بين استخدامات النساء والرجال للشبكة، وساعات التعرض على المستوى الـ Macro نزولًا إلى نوعية النساء الذين يتعرضون لها واتجاهاتهم على المستوى الـ Micro.

سلسلة الدراسات التي قامت بها منظمة اليونسكو (UNESCO) [٦٣]

حول مرحلة ما بعد الحركة النسائية في الإعلام Post Structural Perspective وشارك فيها العديد من الباحثين من مختلف دول العالم وتصنف تحت الدراسات الوثائقية التي تثير تساؤلات جدلية هامة حول الكيفية التي تُدرك بها كلمة «امرأة» Women ، ومصطلح «اتصال» Communication ومصطلح «Development» وكيف ترتبط وتتشابك تلك المصطلحات بعضها بالبعض. وما مدى التغير في تلك المصطلحات خلال العقدين الأخيرين وكيف يمكن تفسيره؟ وقد طبق التحليل التفسيري الكيفي على الدراسة.

دراسة (Y Vonno Morgarite)

وتعتبر من الدراسات التنظيرية الهامة ، حيث فتحت للجدل حول مفهوم نظري جديد ألا وهو نظرية الغريب أو ما يطلق عليه الـ Queer Theory والتي لم تظهر على ساحة البحوث الإعلامية إلا في أوائل التسعينيات من القرن الماضي وما الذي يمكن تضيفه إلى الدراسات الإعلامية ، وأي نوعية من الدراسات الإعلامية يمكن أن تستفيد من هذه النظرية؟ هل دراسات المرأة Grender باستقراءاتها المجتمعية ، وانتماءاتها الثقافية يمكن أن تستند إلى معطيات هذه النظرية.

إن مراجعة بعض الدراسات التي تنتمي للمدرسة الأوروبية في الإعلام النسائي قد كشفت عن:

١ -اهتمام خاص يوجهه لمفردات الإعلام النسائي النوعي المتخصص ((كالصحف النسائية)) ، وكما هو الحال في دراسات كل من (Jake Herms)[٦٥] وكذلك وجهت الدراسات الأوروبية عناية كبيرة للقائمات بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة ، وطبيعة تأهيلهم المهني، وتوجهاتهم الفكرية التي يتبنوها وتأثيرهم على جمهور متقبلتهن .

٢ - تدشين واضح في الدراسات الإعلامية الأوروبية لقضايا المرأة الريفية في دول العالم الثالث خاصة بالقارة الأفريقية للروابط التاريخية التي تربط أوروبا بالقارة منذ العهود الاستعمارية الأولى (Oxford Studies)[٦٧] .

٣- تبنى واضح - مقارنة بالمدرسة الأمريكية - للاتجاهات الحديثة في منهجة الدراسات الإعلامية الأوربية ، والاعتماد على المستحدثات في عمليات تنظيرها كما يتضح في دراسات (L.Rodrigyez)[٦٨] و (Jake Herms)[٦٩] ومن أمثلتها : المنهج التجريبي ببعديه ((القياس القبلي والقياس البعدي)) ، المقاييس السيكولوجية لاتجاهات المبعوثات ، نظرية الأطر هي تعتمد على وجود منطلقات فكرية متباينة تشكل قاعدة لانطلاق الخطاب الإعلامي فيتم تتبع ورصد كيفية وطبيعة المرجعيات التي اعتمدت عليها المادة الصحافية في خطابها الموجه للمرأة .

٤ - إلقاء الضوء على الدراسات الأوروبية المعنية بالمرأة على بعد جديد لقضايا المرأة لم توليه المدرسة الأمريكية عناية كبيرة ألا وهو البعد السيكولوجي في الخطاب الإعلامي الموجه للمرأة ويظهر ذلك في دراسات (John Begg)[٧٠] و(Crick., N)[٧١] (E.Nancy)[٧٢] وغيرهم.

٥-تبني الأكاديميون الرجال الأوروبيون جنبًا إلى جنب مع النساء ببعوث المرأة ، والحركة النسائية ، وما بعدها على عكس المدرسة الأمريكية التي تتبنى فيها هذه القضايا النساء، فقط من الأكاديميات .

٦- دخول البعد التكنولوجي (تكنولوجيا الاتصال) كمتغير جديد على الأوروبيين في دراسات المرأة (Monika Nilsson)[٧٣].

٧- زيادة نصيب للدراسات الوثائقية غير الإمبريقية على خرائط الاتجاهات الإعلامية النسائية الأوروبية (Review in Studies (UNESCO[٧٤].

٨- أخيرًا أضافت المدرسة الأوربية نظرية جديدة الـ queer theory أو ما يعرف بنظرية الغريب وقامت بتحليلها ومقترحة إمكانات الاستفادة منها (Y vorrec Mozegorita)[٧٥].

ثالثًا : المدرسة الأفريقية :

وقد تم مراجعة الدراسات الآتية بالمدرسة الأفريقية خلال الفترة المطروحة لهذا الجدل الفكري.

- دراسة (Remigion Achia)[٧٥] والمعنوية Woman and Media Woman Information Ugenda

والتي تكشف فيها الباحثة على أن حصول المرأة الريفية على المعلومات التي تخص المجتمع الزراعي والريفي يكاد يكون متقدما أو نادر الحدوث مقارنة بما يحصل عليه الرجال لأسباب ترتبط بأدوارهم ، ومواقعهم غير المواتية في نظمهم المجتمعية وسياقاتهم الثقافية ، وتشير الباحثة في معرض تفسيرها لعلاقة المرأة الريفية بالراديو المحلي في أوغندا إلى أن امتلاك الراديو هو السبيل الأوحد

للحصول على المعلومات، ولكن للعوامل الطبوغرافية دورًا فاعلا في نوعية الرسائل الإعلامية الزراعية الموجهة للمرأة الأوغندية كما أن محطات الراديو لا تعكس التفاعل الاجتماعي للمرأة الريفية ، والدراسة في منهجيتها تتبنى، توجها المدرسة النقدية لتحليل وتفسير الظواهر المبحوثة

- **دراسة (A.Omotayo & Other)**[19] والخاصة بـ

Use of Radio as a source of information among rural Woman

حيث عرض الباحث لاحتياجات المرأة الريفية من المعلومات المرتبطة بالإطار الاجتماعي الريفي الذي تعيشه في نطاقه إلى جانب بعض المعلومات المزرعية والبيطرية اللازمة لممارسة أنشطتها التقليدية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسرة وكذلك النصائح التي تقدم لربات البيوت ، وقام الباحث بتحليل مضمون عينة من البرامج التي يقدمها الراديو للتعرف على مدى استجابتها لاحتياجات المرأة النيجيرية .

- **دراسة "Farhana Goga"** حول:

Toward affirmative action: Issues of Race and gender in Media org. in South Africa.

حيث تعتني الباحثة بقضايا الجنس والنوع في المؤسسة الإعلامية لجنوب أفريقية ، تلك التي اعتادت ممارسة التمييز العنصري لحقب طويلة ، ويمر بمرحلة انتقالية نحو المجتمع المتوحد خلال السنوات القليلة الماضية ، ويعكس ذلك نمطا جديدًا من أنماط الإعلام ، الذي يمكن أن يطلق عليه الإعلام متعدد التوجهات Multi – Directed Media أو الإعلام التحولي Transactional Media .

- **دراسة (Stella Okunna)**[78] حول:

Gender and Communication in Nigeria: Is this the Twenty first Century

وتعتمد الباحثة في وقتها الجدلية على أسلوب الاستنارة في عرض مشكلتها

البحثية متسائلة هل نحن فعلًا في القرن الحادي والعشرين وإذا كان الأمر كذلك فكيف تظل المرأة الأفريقية ساكنة قابعة للمرأة الريفية الأفريقية لتنهض! لماذا كل هذه الفجوة الساحقة بين الريفية في الشمال ونظيرتها في الجنوب !!.. وغيرها من التساؤلات وتتناول الباحثة بالتحليل الكمي والكيفي استنادًا إلى أداة منهج وتحليل المضمون عينة من المحتوى الإعلامي لتقوم بتعليله للوقوف على الأدوار الفعلية لوسائل الاتصال الجماهيرية النيجيرية في النهوض بأوضاع المرأة في نيجيريا عمومًا، والمرأة الريفية على وجه الخصوص . ويعكس استرجاع الدراسات الأفريقية السابقة لما يأتي:

١- محورة واضحة لقضايا المرأة الريفية في الإعلام ، ويتسق ذلك مع ما تعرضنا له في مقدمة هذه الدراسة من أن الظروف التي تهب على دول العالم الثالث (الجنوب) تضع فواصل طبقية واجتماعية وطبوغرافية بين شريحة المجتمع الواحد (ريف وحضر) كما هو الحال في مصر، وترتسم حدود تلك الفواصل بوضوح في القرن الأفريقي تميزًا بأنها المرأة ريفية في مجال الإعلام . .

٢- مركزة الأدوار التنمية للإعلام النسائي الموجهة لقطاعات النساء في المجتمع الريفي على أجهزة الراديو دون سواه ويعود ذلك بالطبع إلى المستويات الاقتصادية القومية المتدنية للمجتمعات الأفريقية بما لا يسمح بالانفتاح على المستحدثات في تكنولوجيا الاتصالات والوصول بالرسالة للمشاهد الأفريقي أينما وجد وفي نفس الوقت تقف مستويات الدخول المنخفضة أو تكاد تكون منعدمة لنساء الريف الأفريقي مما وراء صعوبة توفير تكلفة شراء أجهزة الراديو.

٣ - قدمت المدرسة الأفريقية الجنوبية في الإعلام نمطًا جديدًا من الإعلام الانتقائي أو التحولي، حيث النقلة النوعية التي تميزت بها المؤسسات الإعلامية الجنوب أفريقية في إستراتيجيات عملها ، وسياساتها وآليات ذاك العمل ، ونوعية الوظائف المنوطة بها بعد التحرر من الحكم العنصري الإنجليزي، ولاشك أن لذلك تأثيره على الطرح الأكاديمي لقضايا الإعلام لجنوب أفريقي وما يناظره من تجارب .

٤- تعانى الدراسات الإعلامية الأكاديمية الأفريقية من ندرتها نتيجة لعوامل عدة من أهمها : هجرة الكوادر الإعلامية الأفريقية المتميزة إلى دول

الشمال بحثًا عن المستويات الاقتصادية المتميزة إلى دول الشمال بحثًا عن المستويات الاقتصادية المرتفعة ، ضعف الإمكانات المادية المتاحة في معظم الدول الأفريقية (رغم ثراء القارة الطبيعي الذي لم يستغل بعد إلا لأهداف استعمارية) بما لا يسمح بإجراء الدراسات الإعلامية على نطاق واسع Large Scale وأيضًا تعدد اللهجات المحلية الأفريقية وتبني بعض الدول الأفريقية للغات الأجنبية للدول التي كانت تستعمرها كلغات رسمية مما يعرقل القيام بدراسات إقليمية Trans - National على مستوى القارة وأخيرًا التطور البطيء في نقل تكنولوجيا الاتصال المستحدثة بما لا يسمح بالانفتاح الكافي على القارات globalized Contients

رابعًا : المدرسة الأسيوية :

ويمثل التوجه الأكاديمي الإعلامي لكل من دول الهند ، كوريا ، الصين ، وماليزيا ، واليابان ، وسنغافورة ، ومؤخرًا الفلبين ، الملامح الرئيسية والخصائص المميزة لتلك المدرسة الإعلامية فيما يتعلق بقضايا المرأة ، وتتناول فى هذا الاستعراض المرجعي مجموعة الدراسات الآتية :

- دراسة (Benjian Chen)[٧٩]

Rural Woman in China Media, China Woman News.

حيث تتناول الباحثة تفسير حالة اللا توازن التي تصيب الآلة الإعلامية الصينية على الرغم من التطور السريع الذي تمر به ليس فقط في حجم التغطي، ونوع المحتوى ولكن فيما يستخدم من قوالب إعلامية على اختلاف وتنوع القنوات الإعلامية الصينية .

وترى الباحثة أن تلك الحالة من اللا توازن التوازن هو أن الصين تصنف وتتدرج تحت المجتمعات الزراعية التي يمثل جمهور الريف ٨٠٪ من مجموع سكانها وفى المقابل ما يقوم الإعلام الصيني لذاك الجمهور الكثيف لا يتناسب وحجم السكان فعلى سبيل المثال هناك ٢٠٠٠ صحيفة تصدر في الصين لا توجه إلا واحدة منها لقطاع السيدات الريفيات في المجتمعات الزراعية ، ولا تفرد الصحف القومية على تنوعها صفحات أو أعمدة مستقلة بصورة منتظمة تتناول قضايا المرأة الريفية في المجتمع الصيني، وتؤكد الباحثة على أنه : ((دمن بين ٧٠

دورية متخصصة تصدر لنساء الصين ، هناك دورية واحدة فقط هي التي توجه للمرأة الريفية)).

إن الإعلام الصيني - كما تشير الباحثة مدان من قبل الأكاديميين الإعلاميين الصينيين ؛ لأنه لا يعبر عن القطاع الأكبر من المجتمع الصيني والذي يمارس (٤٠ -٦٠٪) من مختلف أنشطته والباحثة في عرض نقدي يقدم الصورة السلبية Negative Image للإعلام الصيني في مواجهة مشكلات المرأة الريفية.

- دراسة (Dilek – Imancer)(٨٠)

والتي تعكس الفروق الواضحة بين تغطية قضايا المرأة الريفية في الإعلام التركي مقارنة بالمرأة الحضرية نتيجة للعوامل الطبوغرافية والأعراف التقليدية التي تؤثر في المرأة الريفية ، فالمرأة الريفية في المجتمع التركي كما يشير الباحث مكبلة بالموروث الثقافي، والتراث الاجتماعي الذي يحكم انطلاقها نحو المشاركة في الحياة الاجتماعية كند وشريك الرجل .

والباحث في دراسته يطوع المنهج التاريخي في دراسة التغييرات الجوهرية التي طرأت على الإعلام الموجه للمرأة الريفية في مقابل الحضرية في مرحلتي ما قبل وما بعد الثورة ويؤكد على الأدوار الرئيسية التي يلعبها التليفزيون في إعادة تشكيل التراكيب والكلاسيكية في الإنتاج الإعلامي التراكمي الذي يعمل على تطبيع تقليدية أدوار المرأة الريفية التركية دون محاولات جادة لإعادة تشكيل وهيكلة أدوارها المعاصرة.

- دراسة (Chaviotte Kwok)(٨١)

والتي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام وعمليات التحول الاجتماعي في إطار التطور التاريخي خلال مراحل معينة وذلك بالتطبيق على صورة المرأة المقدمة في القصص الأدبي الصيني وفى الصحف النسائية وذلك للتعرف على ما إذا كان الإعلام هو الذي يغير البناء الاجتماعي أما أنه مجرد أداة لتكريس الواقع.

- دراسة (Todd Josph Mills Holden)[٨٢]

والتي تعرض فيها لملامح الصورة التي ترسمها الإعلانات التليفزيونية للمرأة اليابانية ، وتكشف الباحثة اللثام عن التجاوزات السلبية للمواد الإعلامية التي تكرس الخصائص الفيزيقية والبيولوجية للمرأة ، وتشخص الممارسات اللا أخلاقية (الجنسية)، مستدعية للجوانب العاطفية وجوانب الإثارة في المشاهد وقامت الباحثة بمقارنة تلك الصور التي يرسمها الإعلان للمرأة اليابانية بصورة الرجل الذي يبدو أكثر رشدًا ووقارًا في عرضه للمنتج المعلن عنه وقد اعتمدت الباحثة في تحليل مضمون الكيفي على عينة قوامها ٥٠٠٠ إعلانًا تليفزيونيًا مؤكدة في نتائجها على أن تحليل الإعلان ، يمكن أن يكون مرآة لأوضاع المرأة الحالية في المجتمع الياباني.

- دراسة (Manisha Pandie)[٨٣]

والخاصة بصورة السيدات الهنديات في المواد الإعلانية الهندية أو

Projections of Today's Indian Commercials A misnomer

وتثير الباحثة تساؤلًا محوريًا يعتبر ركيزة رئيسية لدراستها لماذا تقدم المرأة الإعلان ، والرجل هو المستهلك الأول في معظم الأحوال للمنتج المعلن عنه !! اشتقت منه تساؤلات فرعية حول ملامح الصورة التي يرسمها الإعلان الهندي لشرائح المرأة الهندية المختلفة؟

دراسة (Lita Bamezal & Othes)[٨٤]

والخاصة بالصحافة الهندية والعنف الممارس ضد المرأة ((دفاعًا أم موضوعية))!!.

Press in India and Violence against Woman: An Advocacy or Objectivity. IAMCR, Singapore, 2000.

وتتناول الدور الذي تلعبه الصحافة الهندية في معالجة القضايا المرتبطة بالعنف ضد المرأة خلال العقد الحالي وذلك للوقوف على التغييرات التي طرأت

على تناول الصحافة الهندية لقضايا العنف ضد المرأة ، ولقد حاولت الباحثة من خلال تطبيق منهج تحليل المضمون إيجاد العلاقة بين مجموعة من الأحداث التي تتناولها الصحف في أعوام (١٩٨٨ وحتى ١٩٩٧م)، وقد أشارت الباحثة في معرض نتائجها إلى تغير نوعية الموضوعات التي تغطيها الصحف نحو العنف الموجه للمرأة من قتل عمد، واغتصاب ، ... إلخ . إلى تناول (خاصة في الصحف الهندية الإنجليزية) بأحد محاور جديدة ، ويصيغ الأبعاد الفعلية لظاهرة العنف بين شرائح نساء المجتمع الهندي.

- مجموعة أوراق العمل التي قدمها باحثو الإعلام اليابانيون المشاركين في المؤتمر الدولي الثالث والعشرين للإتحاد الدولي لبحوث الإعلام/ قسم المرأة ، والذي عقد في مدينة برشلونة / أسبانيا في الفترة من (٢١- ٢٦) يوليو ٢٠٠٢م، حيث تمت مراجعة دراسات كل من (Erick Laurent ,) (Debra J. (Oochi and (Todd Holden) (Anka Veronica)[٨٥] ، والتي عالجت بشكل تكاملي القضايا المختلفة محل اهتمام المرأة اليابانية أمثال : صورتها النمطية في الإعلانات الإعلامية (المتلفزة ، والمطبوعة ، والملصقات) وما يجابهها من مشكلات على الساحة الداخلية اليابانية ، طبيعتها ، و احتياجاتها من وسائل الإعلام المختلفة ... إلخ . كثافة تعرضها للوسائل الإعلامية المختلفة وقد تنوعت المنهجيات المختلفة المستخدمة في تلك الأوراق العلمية ما بين دراسات إمبريقية ، وتحاليل تفسيرية ، وتحليل كمي وكيفي للمضامين الإعلامية.

- دراسة (James F. Kenny)[٨٦]

والتي قامت فيها الباحثة بتحليل مضمون عينة من الأفلام السينمائية الصينية مقارنة بعينة من الأفلام التايوانية ، وعينه أخرى من الأفلام السينمائية المنتجة في هونج كونج للوقوف على الكيفية التي ترتسم بها ملامح صورة المرأة في المجتمعات التي تقع في النطاق الجغرافي لدولة الصين . وقد أشارت الدراسة في مجمل نتائجها إلى قدرة السينما على رسم صورة واقعية تتطابق مع واقع المرأة الصينية في كل من المجتمعات الثلاث محل الدراسة .

-أخيرًا دراسة (Gita Bornezal)[٨٧]:

والتي تعرض فيها الباحثة بصورة جدلية لتوفر المعلومات وعلاقته بتنمية أوضاع المرأة وتضع الباحثة تساؤلًا محوريًا حول هل حصول المرأة الهندية على المعلومات هو عملية تجميل لصورة نمطية أم أنه تعزيز لأوضاع المرأة الهندية ، وتطبق على تعرض الريفيات الهنديات لحملات تنظيم الأسرة المتلفزة التي يبث التليفزيون من خلالها مجموعة هائلة من المعلومات حول تحديد النسل ، وتنظيم الأسرة .. إلخ . بين السيدات وتأثير التقليد الهندي السائد الذي يعوق تعرض المرأة في المجتمع الريفي للتليفزيون ، حيث أن قرار التعرض للتليفزيون في يد الزوج يسمح ويمنع وقتما يشاء دون أي ضوابط موضوعية .

إن مراجعة مختلف الدراسات المرتبطة بالمرأة عمومًا والمرأة الريفية على وجه الخصوص قد كشف عن :

١ – عناية خاصة توليها الدراسات الإعلامية الأسيوية لقضايا المرأة الريفية في مختلف بلدان القارة ، ويتسق ذلك مع طبيعة القارة الجغرافية وما يرتبط بها من أنشطة سكانية رئيسية على جانب وتطور علوم الإعلام بالقارة على الجانب الأخر، حيث – كما سبقت الإشارة ، تعود الإرهاصات الأولى لعلم الـ Development Communication للمجتمع الإعلامي الأكاديمي الآسيوي .

٢ – استتبع التحولات الأخيرة في التوجه الاقتصادي للمجتمع الأسيوي نحو إنتاج وتصنيع وتصدير التكنولوجيا الدقيقة ، والصناعات الثقيلة خاصة في اليابان وكوريا والصين ، وماليزيا . .. وغيرهم (دول النمور السبع) تغييرًا في توجهات الخطاب النسائي الأسيوي الذي بات يتبنى بصورة تدريجية قضايا المرأة الحضرية ، واهتماماتها توازيًا مع معالجته لقضايا المرأة الريفية.

يعتبر المجتمع الإعلامي الصيني نموذجًا جيدًا للتغييرات التي طرأت على خريطة القارة الأسيوية الإعلامية وبتوجهاتها العلمية حيث :

أ- شهد المجتمع الصيني الإعلامي تغييرًا جذريًا خلال الربع قرن الأخير نحو العناية بقضايا المرأة المدنية والحضرية كبديل تدريجي عن السيدات الريفيات .

ب- اتجه المجتمع الإعلامي والثقافي والأدبي الصيني نحو العائلة كمحور أساسي لطرح القضايا التنموية والتطورات على المجتمع الصيني حيث باتت الأسرة محور الارتكاز لاهتمام الشخص والإشباع العاطفي والوجداني للأفراد .

جـ- ريثما يشهد المجتمع الصيني انفتاحًا تدريجيًّا في كياناته السياسية والاقتصادية .. إلخ ، هناك تحجيمًا متعمدًا لأدوار المرأة خاصة في لمناطق النائية ، ويعود ذلك إلى طبيعة النسق القيمي السائد خلال العقد الأخير من القرن الماضي والذي كرس الاتجاهات الجماعية على حساب الآمال والطموحات الفردية وبالتالي لم يعد للمرأة مكانًا إلا في منزلها .

وعلى الرغم من أن السيدات الريفيات الصينيات يمثلن الغالبية العظمى للمجتمع النسائي إلا أن التنقيب في التراث العلمي قد كشف عن أيديولوجية عنصرية طبقية في الإعلام الصيني تتبنى قضايا فئات ما وتتجاهل أخرى.

٤- كان للتوجه الهندي في الدواسات الإعلامية إسهاماته في إثراء المجال العلمي الإعلامي للمدرسة الأسيوية حيث عرضت الدراسات الهندية للعديد من المحاور المرتبطة بتنمية أوضاع المرأة الريفية والقاطنة للمناطق النائية كذلك حاجة المرأة للمعلوماتية بقنواتها التكنولوجية والاتصالية المعروفة وفى نفس الوقت حاجتها للتأمل مع تلك النظم المعلوماتية لذاتها المنصهر في كيان أسرتها لفترات طويلة .

٥ - ترتكز توجهات الدراسات الإعلامية اليابانية بصورة أساسية على مناقشة الخطاب التجاري والترويجي الإعلامي المستخدم لإمكانات المرأة البيولوجية والفيزيقية لتحقيق أهدافه ، وربما يعود ذلك للخصوصية التي يتميز بها المجتمع الياباني باعتباره مجتمع استثماري منتج ، ومصدر، تحقيقًا للأرباحية التجارية والنمو الاقتصادي حيث حقق درجة كبيرة من النماء حتى صار أحد أقطاب القوى الاقتصادية العظمى في العالم وتخطى خارج نطاق الأسرة - عوائق التمييز النوعي بين الرجل والمرأة فالكل ترس في عجلة التقدم ، وإن اختلفت الصورة كلية في داخل الأسرة اليابانية .

خامسا : الاستعراض المرجعي للدراسات الإعلامية المصرية والعربية المرتبطة بالمرأة الريفية :

ونتناول منها في هذه الورقة العلمية خلال الحقبة الزمنية المبحوثة (١٩٩٥ – ٢٠٠٢م) الآتي:

-دراسة د . عواطف عبد الرحمن ، نجوى كامل ، ليلى عبد المجيد(٨٨) .

والتي استهدفت الكشف عن الأدوار التنموية للإعلام الموجه للمرأة في المجتمعين الريفي والحضري، كذلك عينت بردود أفعال النساء تجاه المضامين الإعلامية الموجهة إليهم وقد استندت في أطرها النظرية إلى المنهج الشمولي في الدراسات الإعلامية بالتعامل مع المرسل والمستقبل والرسالة ، حيث تم استطلاع اتجاهات الريفيات في قريتي كمشيش ، والزرابى كعينتين ممثلتين للمجتمع الريفي المصري بقطبيه (البحري والقبلي) إضافة إلى عينة المجتمع الحضري الشعبي الممثلة في (حي مصر القديمة) وقد كشفت الدراسة في إعراض المرأة عن ما يبث لها من مضامين إعلامية في قنوات الإعلام المختلفة ، كذلك ألقت الدراسة الضوء على درجة من الوعي تتمتع به المرأة الريفية تتفاوت في نسبته وفقًا لطبيعة السياق الاجتماعي والاقتصادي والسياسي الذي تعيش فيه والصيغ الثقافية التي تتبناها ، كذلك أوضحت الدراسة التباعد الكبير بين ما يبثه الإعلام والاحتياجات الفعلية للمرأة خاصة في المجتمع الريفي أخيرًا هناك تغليب واضح لقضايا المرأة الريفية.

- دراسة (نجوى كامل):

حول تغطية الصحافة المصرية لقضايا المرأة في المؤتمر الدولي للسكان عام (١٩٩٤م) ، مقارنة بمؤتمر المرأة في بكين عام (١٩٩٥م) والتي رصدت فيها . الباحثة الكيفية التي تعاملت بها الصحافة المصرية مع قضايا المرأة المطروحة على مائدتي المؤتمرين (القاهرة ١٩٩٤ ، بكين١٩٩٥م) وذلك في محاولة لرسم ملامح صورة المرأة المصرية بشرائحها المختلفة (الريفية والحضرية) في الصحافة المصرية، وقد استعانت الباحثة بمنهج وأداة تحليل المضمون بوسائله الكيفية مطبقة على عينة من صحف الأهرام ، روز اليوسف ، الشعب ، لأهالي ، العربي ، إضافة إلى العدد الأسبوعي من جريدة الوفد، وقد أزاحت الباحثة اللثام عن التباين بين ما

تقدمه الصحافة المصرية من موضوعات وما تطرحه من قضايا وبين الاحتياجات الفعلية لشرائح المجتمع النسائي المصري ، كذلك تشير الباحثة إلى انصياع التوجه الصحفي المصري نحو الرد المباشر على ما طرح بالمؤتمرين من قضايا، مما انعكس على عمليات تغييب للقضايا الهامة على الساحة الداخلية مثل النهوض بالمرأة الريفية ، محو الأمية ، ورفع المستوى الاقتصادي للمرأة خاصة في القطاعات الفقيرة مثل ، المناطق النائية ، والمجتمعات الحضرية الشعبية . كذلك الحاجة الماسة إلى مشاركة المرأة الريفية مشاركة إيجابية في الحياة المجتمعية السياسية والاقتصادية على الساحة المصرية ، أخيرًا تكشف الباحثة عن المصيدة الفكرية والفخ الفلسفي لأجندة التبعية للاهتمامات الغربية ، والذي وقع ضحية لها عدد من المفكرين والإعلاميين المصريين مما أفرز تدنيًا في استعراض القضايا الملحة على ساحة المرأة المصرية عمومًا والريفية على وجه الخصوص .

وقد اعتمدت الباحثة على الصحيفة نفسها باعتبارها وثيقة أساسية للتحليل والرصد وتحديد مفردات الخطاب الصحفي النسائي ومسار الرهن لرصد الأمثلة والبراهين التي يستخدمها الكاتب .

- **دراسة (نجوى كامل) بحوث الصحافة النسائية في مصر والعالم ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد الرابع (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ديسمبر ١٩٩٨م).**

والذي استعرضت فيه الباحثة استعراضًا وصفيًا تفسيريًا توجهات الخطاب الإعلامي النسائي في دول الشمال في مقابل توجهات الخطاب الإعلامي النسائي في دول الجنوب بالتطبيق واتجاهاتها وعلاقتها تأثيرًا وتأثرًا بالحركة النسائية Feminism وانعكاسات ذلك على الصحف النوعية النسائية المصرية كذلك تطرقت الباحثة لعلاقة الصحافة النسائي بمراحل ما بعد الحركة النسائية Post – Feminism وتوجيهاتها في دول الجنوب والشمال.

- **نوال عبد العزيز الصفتي : اتجاهات الخطاب الصحفي الأفريقي نحو قضايا المرأة الريفية(٨٩) :**

حيث استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الخطاب الصحفي والكيفية التي يتناول بها واقع المرأة الريفية وذلك للكشف عن واقع المرأة في الريف الأفريقي ومشكلاتها وقضاياها الملحة وذلك من خلال العرض التحليلي

والنقدي لعينة من الصحف الأفريقية اليومية خلال ١٩٩٩م (الجمهورية القاهرية ، والحرية التونسية ، والشعب الموريتانية خلال نفس العام ١٩٩٩م).

وتندرج الدراسة تحت الدراسات الوصفية الكمية التي تستند إلى المنهج الإعلامي بأسلوب العينة ، وأيضًا المنهج المقارن في إنجاز مراحلها التفسيرية، وقد استندت الدراسة إلى نصوص الخطاب الإعلامي بصورة أساسية في الصحف المختارة والمواد التحريرية ومواد الرأي لتحقيق أهدافها

- **دراسة (ميرفت الطرابيشي)**[٩٠]

والتي سعت لدراسة التصورات والمعارف التي تثيرها أجهزة الإعلام لدى جماهيرها وفهم التأثيرات التي تحدثها هذه الأجهزة من منظور إعادة تشكيل تلك المعارف والتصورات لدى الجمهور وكذلك دواسة احتياجاتهن ورغباتهن من تلك المعارف من تلك الوسائل ، خاصة وأن هناك اهتمامًا متدنيًا بقضايا ومشكلات المرأة الريفية مقارنة بالحضرية وتصنف الدراسة تحت الدراسات الاستطلاعية النتائج مما يساعد على التنبأ في بحث الظاهرة الاتصالية وذلك من خلال المقابلات الميدانية مع عينة من جمهور الريفيات خلال شهر يوليو ٢٠٠٠م .

وقد استعانت الباحثة بمنهج المسح الإعلامي لعينة من جمهور الريفيات بشقيه الوصفي Descriptive Survey والتحليلي Analytical Survey استطاعت الباحثة بمنهج دراسة العلاقات الارتباطية لدراسة العلاقة بين متغيرات الظاهرة وتحليلها وتحديد أبعادها وأهميتها في التأثير الكلى على الظاهرة موضع البحث .

وقد كشفت الدراسة في مجمل نتائجها عن انتشار إيجابي لوسائل الإعلام في القرية المصرية وزيادة الاعتماد عليها في استقصاء المعلومات المختلفة عن كافة القضايا والأحداث والمشكلات المجتمعية من جهة ، وكذلك وجود علاقة إحصائية بين مجموعة من المتغيرات المستقلة للمرحلة العمرية وحجم التعرض ونوعيته.

- **دراسة (مها محمد كامل) :**

عـن معالجـة الـصحافة المـصرية لمشكلات المرأة الدينيـة ، والتـي تحـددت إشكاليتها ا في رصد وتقويم التغطية الصحافية لقضايا المرأة الريفيـة المثارة عـبر الدوائر الرسمية في غير الرسمية والجمعيات الأهلية المختلفة وتأثير السياسة التحريرية للصحف المصرية قومية أو حزبية على مواقف الصحف واتجاهاتها إزاء قضايا الدراسة المرتبطة بمشكلات المرأة الدينية واعتمدت الدراسة أيضًا على منهج المسح الإعلامي بالعينة لصحيفتي الأهرام والوفد والمسح الشامل لصحيفة الأهالي للتعرف على سمات وخصائص الصحف المبحوثة ودورها في الكشف عن طبيعة المعالجات الصحافية لمشكلات المرأة الريفية في الصحف المصرية ، كذلك كان للمنهج المقارن دوره في ملاحظة ورصد أوجه الشبه والاختلاف ومدى التباين والاتساق بين طبيعة المعالجة الصحافية لمشكلات المرأة الريفية في عينة الدراسة المختارة ، وذلك باستخدام أداة تحليل المضمون ببعديه الكمي والكيفي، وقد أوضحت الدراسة في نتائجها اهتمامًا نسبيًّا من قبل بعض الصحف مثل الأهالي بقضايا المرأة الريفية ، وإن كان هناك تغليب للطابع الأيدولوجي في عرض قضايا المرآة الريفية .

- **دراسات كل من (أميمة محمد محمد عمران)[91] و(سامية الساعاتي)[92]:**

والتي عرضت فيها الباحثة لاستطلاع اتجاهات المرأة الريفية نحو المشاركة في العمل السياسي والأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام المختلفة في تعزيز الأدوار الفاعلية للمرأة في الشارع السياسي وقد استندت الدراسة إلى الاستبيان الميداني المطبق على عينة من الريفيات في الوجه القبلي لتحقيق أهدافها .

- **أما دراسة (سامية الساعاتي) :**

فقد أشارت إلى أنه على الرغم من أن مجتمع النساء يمثلا ٥٦٪ من مجموع الشعب المصري، ٤٤٪ منهن يعيش في الحضر، ٣٩٪ يقطن المناطق الريفية ، فلا زالت قضاياهن خاصة في المجتمع الريفي خارج نطاق أجهزة العمل الإعلامي القومي. ولا زال تعاملهن خاصة في المجتمع الريفي مع قضايا الأمومة تعاملا فطريًا مدعومًا بخبرات سابقتهن على أقصى تقدير، وطالبت الباحثة بتفعيل العمل الإعلامي القومي والمحلى لتعزيز الأدوار الإيجابية للمرأة خاصة في المجتمع الريفي.

- **دراسة (إبراهيم عودة):**

عن المرأة العاملة ونسق الأسرة في المجتمع البدوي، والتي قام بتطبيقها على عينة من البدويات في شمال سينا. والتي سعى فيها الباحث للتعرف على موقف المجتمع البدوي تجاه خروج المرأة للعمل الحكومي والوقوف على أهم الأسباب التي أدت إلى خروج المرأة البدوية للعمل وأثر ذلك الخروج على النسق الأسرى، والتوازن بين أفرادها ، والمشكلات الناجمة عنه وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي من خلال استمارة استبيان مطبقة على عينة من السيدات العاملات في مجتمع الدراسة ، وقد أوجز الباحث نتائجه في قبول البدوي لخروج زوجته للعمل دون تأثير للتقاليد والعادات ضمن حملات محددة، وكذلك أشار الباحث إلى تأثير العامل الاقتصادي في خروج المرأة للعمل.

- **دراسة (سها فاضل)** [٩٣]

الخاصة بالتأثيرات المعرفية لدرجات ومستويات اعتماد جمهور القرية على وسائل الإعلام والتي تتعرض الدراسة لمدى اعتماد جمهور الريف المصري من الفلاحين والفلاحات على وسائل الإعلام للحصول على معلومات حول القضايا والأحداث المختلفة والتأثير المعرفي المترتب على ذلك ، وتستند الدراسة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory كإطار نظري يحكم طرح التساؤلات الخاصة بها وكإطار تفسيري لما تتمخض عنه من نتائج .

وتتنوع درجات الاعتماد على وسائل الإعلام ، حيث يتأثر ذلك من مصدرين أساسين هما : الثبات البنائي والنظام الاجتماعي، أيضًا عدد ومركزية الوظائف التي تقوم بها الوسيلة في حياة الجمهور.

ولأن المجتمعات الريفية تجنح للثبات البنائي فإن تطور تأثير وسائل الإعلام يتم فيها ببطء . وقد اعتمدت الدراسة على الاستبيان الميداني لتحقيق نتائجها وأشارت في معرض هذه النتائج إلى التليفزيون باعتباره أهم مصادر ترويج لمعلومات بين سكان القرية المصرية ، التي تخضع بدورها لعمليات تداول ونقاش بين القرويين وأشارت إلى انتفاء فاعلية وسائل الإعلام الإقليمية في نقل المعلومات على مستوى جمهور القرية المصرية (من الريفيين والريفيات).

- دراسات (أميرة محمد العباس)[٩٤]

حول المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيلها حيث ترصد الدراسة وتحلل مؤشرات واقع المشاركة السياسية للمرأة المصرية في أنماطها المباشرة مشاركتها السياسية والمعوقات التي تحد من درجة هذه الفعلية بافتراض أن هناك دورًا لوسائل الإعلام في غرس ((ثقافة المشاركة)).

- دراسة (نادية المصري) [٩٥]:

حول دور وسائل الاتصال في المشاركة السياسية للمرأة المصرية والتي عرضت فيها الباحثة لأدوار الإعلام في التعريف بالقضايا السياسية وتحويل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة في العمل السياسي، وذلك بالتطبيق على عينة من المصريات . وقد استعانت الدراسة : بالاستبيان الميداني لتحقيق نتائجها . وأشارت الباحثة في مجمل نتائجها إلى الضعف الحاد في مستويات ممارسة المرأة المصرية لأنشطة المشاركة في صورها التقليدية .

حيث تؤكد الدراسة على العزوف الملحوظ للمرأة المصرية والريفية على الخصوص للمشاركة في العمل السياسي النمطي أو القيد في جداول الانتخابات أو الانتساب لعضوية التنظيمات القائمة خصوصًا الأحزاب السياسية على الرغم من وجود درجة وعي ملحوظة لدى المرأة المصرية بأهمية مشاركتها في الحياة السياسية لبلادها والتأثير الإيجابي لهذه المشاركة .

- دراسة (أمال عبد الهادي) :

حول محاربة إحدى القرى المصرية في صعيد مصر لظاهرة ختان الإناث والتي استندت فيها الباحثة للمنهج المقارن لإلقاء الضوء على العوامل التي ساهمت في استصدار أهل قرية ((دير الباشا)) بالوجه القبلي لوثيقة تحارب ختان الفتيات وأيضًا للكشف عن مدى حجم التغير الفعلي في موقف أهل القرية. وقد استعانت الباحثة بالاستبيان الميداني.

وأشارت في نتائجها إلى عوامل الخبرة والاحتكاك بالمدن كدوافع وراء صدور هذه الوثيقة .

- دراسة كل من (إلهام الدسوقي)[(٩٦)] ، (هنية قاسم)[(٩٧)]

حول البرامج الصحية في الراديو والتليفزيون وتبني الممارسات الصحية السليمة في الريف المصري، والتي تكشف فيها الباحثة عن الأدوار التنموية لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية في تنمية الوعي الصحي لدى المرأة الريفية والتي استعانت فيها بتطوير مقياس أمبريقى لإدراك أدوار الإعلام وتأثيرها على جمهور الريفيات المستقبلات. أما دراسة الباحثة (هنية قاسم) فتعتبر استكمالًا لجوانب دراسة ((إلهام الدسوقي)) حيث تكشف عن العوامل المؤثرة في مشاركة المرأة في تنمية المجتمع المحلي وقد توصلت في نتائجها إلى فقدان النضوج الاجتماعي، والوعي المتنامي لدى المرأة ، خاصة في المجتمعات الريفية يقف وراء ذلك التقاعس عن المساهمة في تنمية المجتمع المحلى، وأن لوسائل الإعلام أدوار فاعلية في تحقيق ذلك .

- دراسة (ناهد رمزي)[(٩٨)]:

حول سيكولوجية المرأة المصرية على تباين شرائحها المجتمعية ، والتي تتعرض فيها الباحثة للجدل الدائر حول العوامل الكامنة وراء عدم إسهام المرأة الكامل في مجال العمل العقلي وتبحث ذلك وفقًا لمستويات ثلاث الاجتماعي Social ، والثقافي Cultural والتفاعلي Intersectional والفردي Individual وقد استندت الباحثة في تحليلها إلى ستة أبعاد أساسية هي من السلبية إلى الإيجابية ، ومن الانفعالية إلى العقلانية ، ومن الذاتية إلى الغيرية ، ومن العصرية إلى التقليدية، ومن التسامح إلى الرغبة في الانتقام ، وتغليب الحياة العملية، ثم تغليب الحياة الأسرية وجميعها تبث في وسائلنا الإعلامية.

- دراسة (أسماء حسين حافظ)[(٩٩)]

والتي تناولت فيها الباحث المسؤولية الملقاة على عاتق الإعلام الديني تجاه قضايا المرأة وذلك بتحليل مضمون عينة من المواد التحريرية ومواد الرأي بصحف الأخبار والجمهورية والزهراء، وقد أشارت الباحثة إلى الدور الإيجابي الذي تلعبه المواد الدينية في إنماء وعى المرأة بأدوار المجتمعية وإن كانت هناك ندرة في تلك المواد .

- **دراسة (عادل رزق)**(١٠٠):

حول دور الصحافة النسائية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو القضايا النسائية والتي تتبنى المنهج الوصفي في الدراسات الإعلامية في الحصول على المعلومات اللازمة لتوصيف وتصنيف وتحليل المحتوى واستخلاص النتائج الخاصة بمتغيري الدراسة . للصحافة النسائية ، وأجندة احتياجات النساء منها.

- **دراسة (عواطف عبد الرحمن)**(١٠١):

حول المسؤولية المهنية للإعلاميات في دعم قضايا المرأة والنهوض بها من خلال عمليات تطوير استراتيجيات العمل الإعلامي الناهض بالمرأة بما يدعم إبراز إنجازاتها في مجالات الإنتاج والأسرة ومحو الأمية وتطوير أداءها المهني وإزاحة العقبات التي تعوق مساهمتها المجتمعية .

- **دراستي كل من (عدنان محمود)**(١٠٢) **و (نيفين غباشي)**(١٠٣):

حول دور التليفزيون في التنمية الاجتماعية والتي تسعى إلى بحث أهم العناصر الاتصالية في الحملات الإعلامية (المحتوى) الخاصة بتنظيم الأسرة ومدى تطبيقها لنماذج الحملات بعناصرها المختلفة ومدى التزامها بالقواعد والأسس التي تحكمها ومدى مراعاة المنظور القيمي فيها، وذلك بالمقارنة مع نفس النوعية من الحملات السكانية التي يبثها التليفزيون السوري وقد انتهت الدراسة في مؤشرات نتائجها إلى أن معظم الحملات الإعلامية السكانية في التليفزيون المصري تركز على مخاطبة فئات مختلفة من الجمهور تصل في الريف إلى ٤٩٪.

أما دراسة نيفين فتستكمل مسيرة الدراسة السابقة في التعرف على دور قادة الرأي في زيادة فعالية حملات تنظيم الأسرة الموجهة للريفيات وقد أشارت الباحثة في معرض نتائجها إلى أن هناك توجهًا إيجابيًا لدى نساء الوجه البحري نحو الاستجابة لحملات تنظيم الأسرة مقارنة بالوجه القبلي ويعود الفضل في ذلك لقادة الرأي خاصة من الأقارب محل المصداقية ورجال الدين .

- مجموعة الدراسات العلمية وأوراق العمل الخاصة بالمرأة الريفية للباحثة (ماجدة أحمد عامر)[١٠٤]:

حيث تناولت تلك الدراسات أوجه عدة لقضايا المرأة الريفية من منظور إعلامي من أمثلتها : مساهمات الإعلام القومي في إنماء أوضاعها الاجتماعية ولاقتصادية ، أدوار الإعلام المحلي في دعم مشاركتها في الأنشطة الثقافية والسياسية وردود أفعالها للحملات التليفزيونية الموجهة لتنظيم أسرتها.. وغيرها وقد نوعت الباحثة في استخدام المنهجيات الإعلامية اللازمة لتحقيق أهداف تلك الدراسات واستعانت بمناهج المسح بالعينة ، والمنهج المقارن، والمنهج التاريخي في تتبع حملات تنظيم الأسرة منذ تأسيسها حتى أوائل الستينيات، وتكاملت نتائج تلك الدراسات لتعطي مؤشرات لأدوار تكاد هامشية للإعلام المصري على كافة المستويات في تصحيح أوضاع المرأة الريفية.

- مجموعة الدراسات التي تناولت المرأة الريفية في مختلف وسائل الإعلام ومن بينها دراسات كل من :

(فوزية العطية)[١٠٥] ، (ماجدة موريس)[١٠٦] ، (محمد طلال)[١٠٧] ، (ناهد رمزي)[١٠٨] ، (محمود يوسف)[١٠٩] ، (إلهام عبد المجيد)[١١٠] ، (عدلي رضا)[١١١] ، (ماجدة أحمد عامر)[١١٢] ، (ماجدة أحمد عامر)[١١٣] ، حيث تعرضت تلك الدراسات جميعا للملامح التي ترسمها مختلف قنوات الإعلام الجماهيري لصورة المرأة المصرية عموما والريفية على وجه الخصوص من خلال ما تقدمه من أعمال درامية ، وبرامج، ومواد مطبوعة ، ومواد إذاعية مسموعة على تنوع قوالبها ، واختلاف أشكالها . وذلك بالتعرض لمختلف المواقف الاجتماعية والمجتمعية للمرأة في مواقعها المختلفة (أسرية أو إنتاجية) وتشابهت كل هذه الدراسة في الإجراءات المنهجية اللازمة لتنفيذها نظرا لتوحد أهدافها .

واستكمالا للمنهج الشمولي الذي تبنته هذه الدراسة في استعراض مختلف الدراسات المعنية بالمرأة عموما والمرأة الريفية على وجه الخصوص ، تناولت هذه الباحثة بعض الدراسات العربية التي أجريت في مصر في بلدانها بالمرأة الريفية والمرأة العربية على وجه أشمل[١١٤] وجميعًا تعطى مؤشرات لتوجهات الدراسات الإعلامية العربية المعنية بالمرأة على تباين شرائحها الاجتماعية والتي يمكن إجمالها فيما يأتي:

١- تتبنى الدراسات الإعلامية العربية المختلفة منهجية المدرسة المصرية في تناول القضايا الإعلامية المرتبطة بالمرأة الريفية .

٢- تتناول الدراسات الإعلامية العربية المعنية بالمرأة في الإعلام بالقضايا الأنثوية التقليدية المطروحة على الساحة الإعلامية العربية مثل مشاركة المرأة في العملية التنموية ، والنهضة المجتمعية ، ومساهمتها في العمل السياسي على المستوى الوطني، وما يعترضها من مشكلات على المستوى الأسري من «السلطوية الذكرية ، والتعددية الزوجية ، والقهر الاجتماعي وسلب حق اتخاذ القرار .. وغيرها ، كل في السياق القومي الخاص به بأطره الاجتماعية وموروثه الثقافي الوطني.

٣- أخيرًا تجري غالبية هذه الدراسات تحت إشراف كوادر المدرسة المصرية في علوم الإعلام لريادة المدرسة العربية في هذا النوع من فروع العلوم الإنسانية.

تعليق على دراسات المدرسة المصرية في مجال المرأة الريفية :

كان لاستعراض مختلف الدراسات العلمية الإعلامية المعنية بالمرأة الريفية والمرأة المصرية على وجه أعم التي تجرى في إطار المدرسة المصرية لعلوم الإعلام على تباين توجهاتها الفضل في الكشف عن:

١- طبيعة الموضوعات التي تناولتها تلك الدراسات خلال الدورة الزمنية المبحوثة والتي تراوحت ما بين:

أ- دراسات تعتني بتوصيف أوضاع المرأة (حضرية أو ريفية) وقضاياها ومشكلاتها الملحة مثل الإنجاب ، الأمومة ، تنظيم الأسرة ، علاقتها بالزوج ، من الوجهة الاجتماعية ، ثم قضاياها الاقتصادية (فقر ، وأمية) وعمل غير مأجور ... إلخ . وأخيرًا مشاركتها في الشارع السياسي المصري.

ب- دراسة تعتني بكثافة تعرض المرأة (مصرية / ريفية) لمختلف وسائل الإعلام على تنوع قنواتها (إذاعة ، صحافة ، تليفزيون ، قادة رأي ... الخ).

٢- عناصر العملية الاتصالية ومن بينها :

أ- دراسات تعتني بالمضامين النسائية المطروحة في الخطاب الإعلامي المصري على تباين قنواته .

ب- دراسات تعتني بالقائمات بالاتصال في مختلف قنوات الإعلام النسائي المصري ودورهن في تصحيح مسار، وتنمية والنهوض بالخطاب الإعلامي النسائي المصري.

ج- دراسات تعتني : بتأثير المضامين النسائية الإعلامية على جمهور مستقبلها من الشرائح النسائية المجتمعية المصرية.

٣- تأثير التوجهات العالمية المستحدثة على مسار الخطاب الإعلامي المصري الموجه للمجتمع النسائي ومن بينها :

أ- الدراسات التي تتبني ما يعرف بالحركة النسائية في العالم Feminism ، وما يرتبط بها من مصطلحات استحدثت على ساحة الخطاب الإعلامي النسائي المصري مثل Structuralism (*) ، "gender" و "Stereotype".

ب- الدراسات التي تتبنى موضوعات غير نمطية : كعلاقة المرأة لشبكات الإنترنت ، وحقها في تدفق المعلومات وفي الانخراط في محيط المعلوماتية على سبيل المثال.

٤- نوعية المنهجيات والأساليب والأطر النظرية التي تعمل فيها المدرسة المصرية لبحوث الإعلام النسائي وعلى رأسها مجموعة التوجهات النظرية للمدرسة الأوروبية النقدية بمحيطاتها التفسيرية التي أضحت تتعامل مع متغيرات القضايا المطروحة على ساحة البحث الإعلامي بمنظور شمولي يأخذ في الاعتبار مجموعة المتغيرات الوسيطة المرتبطة بالنسق القيمي والموروث الثقافي والأعراف والعادات والتقاليد ، والمنظومة الاقتصادية والشارع السياسي المصري بمكوناته المختلفة .. إلخ، كما أن هذه الدراسة تطرح منهجيات جديدة في معالجة القضايا النسائية في بحوث الإعلام الحديثة مثل نظريات الأطر ،

(*) انظر : نجوى كامل : الاتجاهات العالمية الحديثة في دراسة الصحافة النسائية ضمن مراجع هذه الدراسة.

الدوامة... وغيرها . وأيضًا أساليب جديدة في التفسير والتحليل مثل ((مسارات البرهنة)) ، وتحليل الخطاب الإعلامي والتحليل على مستوى الماكرو Macro والميكرو ... إلخ.

٥- تكريس نتائج ((تلك الدراسات لعوامل الضعف والقصور ، والسلبية، والتحيزية ، في معالجات قضايا المرأة الريفية في مقابل محوره ، ومركزه لاهتمامات المرأة الحضرية ، وإن كان في ذلك في نطاق نمطي كلاسيكي الملمح.

٦- تبني الأساليب الإحصائية والمؤشرات الرياضية في عمليات التحليل الكمي لمختلف عناصر العملية الإعلامية وجوانبها الاتصالية.

٧- وأخيرًا : تتمتع الدراسات الإعلامية المستحدثة الموجهة للمجتمع النسائي المصري بقدرتها على التعبير عن ذوات باحثيها . ورؤاهم خاصة في مراحل التفسير ، والتعليق وكذا كفاءتهم في فلسفة وتنظير نتائج دراساتهم.

إن هناك تطورًا يمكن أن يشار إليه طرأ خلال السبع سنوات الماضية (١٩٩٥ – ٢٠٠٢) على المدرسة المصرية للدراسات الإعلامية المعنية بالمجتمع النسائي . استفادت فيه من تجارب كل من المدرسة الأوروبية والأفروأسيوية على وجه الخصوص مع تقليص ملحوظ لدواعي التبني لتوجهات المدرسة الأمريكية التي لا تتواءم بمنهجيتها وموضوعاتها في كثير من الأحيان لاحتياجات الساحة الإعلامية المصرية.

تعليق عام :

يمكن إيجاز محاورها الأساسية في الآتي:

١- اتسقت الاتجاهات الفكرية لمختلف المدارس الإعلامية الخمس على تباين توجهاتها على تكريس الطرح الإعلامي لتقليدية وكلاسيكية أدوار المرأة بصورة عامة ، مع تركيز الخطاب النسائي على المقومات النمطية لشخصية المرأة والمتمثلة في الجوانب المظهرية والعناصر الجمالية والفنون المرتبطة بالطهي مع إغفال كامل للأدوار المناظرة للمرأة الريفية .

٢-هناك تطويع وتنوع مقصود لأدوار القائم بالاتصال المنوط بالخطاب

الإعلامي النسائي نحو تبني الإستراتيجيات الإعلامية الباعثة والمفعلة للمنظور الذكوري في العملية التنموية على كافة مستوياتها في مقابل عمليات تهميش متعمد لمساهمات المجتمع النسائي عمومًا، والمجتمع النسائي الريفي خصوصًا ذاك المجتمع المثقل بالأمية والفقر والجهل ، وسيطرة الرجل على مقاديرها ومقدراتها .. الخطاب الإعلامي النسائي العربي مقومات استمراريته وعوامل ثباته من السياق الثقافي المعضد لدونية المرأة وأحقية الرجل في القوامة عليها دون سند موضوعي مع تحقير غالب لأدوارها الإيجابية .

٤- عكست عمليات استعراض الاتجاهات النظرية المنهجية المتداولة على الساحة الإعلامية العالمية في مجال بحوث إعلام المرأة تدنيًا غالبًا لأدوات التحليل الإحصائي الكمي بمفرداته الرياضية ومؤشراته الرقمية خاصة بالمدرسة الأفروأسيوية للإعلام ، حيث التطبيق الغزير لأداة تحليل المضمون ، بمعاييرها الكمية ، والاستبيانات الميدانية بتحاليلها الإحصائية . . .إلخ في مقاتل التوجه نحو التحليل التفسيري، والعرض النقدي، وتشريح الخطاب الإعلامي تشريحًا نوعيًا لعناصره الكيفية .

٥- كشف الاستعراض المرجعي للدراسات الأمريكية وبعض الدراسات الأوربية عن تأثرها الكبير بأنماط الحياة الاستهلاكية المعضدة لليبرالية الاقتصادية وتحرير السوق في اختبارها للقضايا النسائية ومن أمثلتها الدراسات الخاصة بتنويع الشرائح النسائية لمجتمعات الشمال لخدمة التسويق الإعلاني لمختلف المنتجات ، مع الطرح التفسيري لعوامل تفعيل الإعلان خاصة التليفزيوني مثل التركيز على الجوانب الجمالية ، ومشاهد الإثارة والاستثارة.. وغيرها في مقابل تجاهل يكاد يكون تامًا وكاملا للتناول الأكاديمي للإعلان المطوع لخدمة الشريحة النسائية الريفية(*)

٦- كشف الاستعراض المرجعي لمختلف توجهات المدارس الإعلامية الدولية عن تأثرها بالحركة النسائية في طبيعة موضوعاتها والأدوات البحثية التي تستخدمها مما أدى إلى ظهور ما يعرف بالمنهج النسوي في الإعلام Feminist

(*) يستثنى من ذلك الإعلانات الإرشادية في مصر التي تبثها وزارة الزراعة والصحة والتعليم والمجلس القومي للمرأة ، والموجهة للمرأة الريفية بأوضاعها المختلفة.

Methodology والذي يركز على العلاقة بين الدراسات النسائية التي تجرى على نساء أو تجرى عن نساء أو يقوم بها نساء والحركة النسائية.

وقد قدم الاتجاه النقدي المعارض للحركة النسائية والذي يعبر عنه بالـ Post Feminism رؤى أخرى لدراسة المرأة والإعلام ومداخل جديدة تربط بين الإعلام وعلم النفس وعلم النفس الاجتماعي(**) والتحليل النفسي(***)

٧- وأخيرًا ظهر على ساحة الدراسات الإعلامية الدولية تيارًا جديدًا كشفت عنه الدراسة وهو الاهتمام بدراسات الصورة أو الـ Image والذي استعاض عنه مناهضي الحركة النسائية بما يعرف بالـ Stereotype.

(**) لمزيد من التفاصيل راجع ، نجوى كامل : الاتجاهات الحديثة (١٩٩٧م).

(***) لمزيد من التفاصيل راجع : ناهد رمزي ، سيكولوجية المرأة

المراجع والهوامش

١- شيرين سلامة الدسوقي: اتجاهات الصحافة المصرية نحو قضايا المرأة في الفترة مابين (١٩١٩ - ١٩٥٦م) - رسالة ماجستير غير منشورة - جامعة القاهرة - كلية الإعلام ٢٠٠٢م.

٢- انظر كلاً من : مايسة عبد الرحمن : دور المرأة في الإعلام - دراسة تقويمية - مؤتمر الإعلام والمرأة - الكويت أكتوبر ١٩٩٧م.

- يونان لبيب رزق : المرأة المصرية بين التطور والتحرر (١٧٨٣ -١٩٢٣) - القاهرة - المجلس القومي للمرأة - مركز تاريخ الأهرام ٢٠٠٠م.

- عبد الرحمن الرافعي : عصر إسماعيل - القاهرة - الهيئة المصرية العامة للكتاب ٢٠٠١م.

3- Peth Paroon: Semitism Development in Egypt Culture, Society and Press

ترجمة لميس النقاش - القاهرة - المجلس الأعلى لثقافة ١٩٩٩م.

٤- انظر كلاً من : شهيدة الباز : الحركة النسائية في مصر - أعمال الندوة الفكرية «المرأة العربية في مواجهة العصر» على هامش العرض الأول لكتاب المرأة العربية الطبعة الأولى - دار المرأة العربية ~١٩٩.

- نادية المصري: دور الاتصال فى المشاركة السياسية للمرأة المصرية- رسالة ماجستير غير منشور - جامعة القاهرة - كلية الإعلام ٢٠٠٠م.

٥- غريب س أحمد : أصول علم الاجتماعي الريفي - الطبعة الأولى - الإسكندرية - دار المعرفة الجامعية ١٩٩٦م.

٦- صابر عسران : الاتجاهات العالمية الحديثة في استخدام الإذاعة الصوتية في التوعية الريفية - المجلة المصرية لبحوث الإعلام - جامعة القاهرة - كلية الإعلام - العدد السابع ، (يناير - يوليو) ٢٠٠٠.

٧- رفيعة سليم حمود : المرأة المصرية ، مشكلات الحاضر وتحديات المستقبل القاهرة - دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع ١٩٩٧م

٨- تقرير اللجنة التحضيرية لمنتدى الهيئات الأهلية للمرأة ١٩٩٥م.

٩- تقرير برنامج الـ UNDP (الديمغرافي) ١٩٩٤م.

١٠ - محمود عودة : ورقة عمل حول عمل المرأة - المجلس القومي للأمومة والطفولة واللجنة القومية للمرأة ١٩٩٥م.

١١ - التقرير السنوي للمجلس القومي للأمومة والطفولة ١٩٩٤م.

١٢ -كاملة محمد منصور : ورقة عمل حول مشاركة المرأة في اتخاذ القرارات المجلس القومي للأمومة والطفولة - اللجنة القومية للمرأة ١٩٩٥م.

١٣ - رفيعة سليم حمود : مرجع سابق .

١٤ - شهيدة الباز : الحركة النسائية في مصر - مرجع سابق ١٩٩٧م.

١٥ - سامي عبد الرؤوف طايع : بحوث الإعلام بين الماضي والحاضر - المجلة المصرية لبحوث الإعلام - جامعة القاهرة - العدد السابع (يناير - يوليو)

- سامي عبد الرؤوف طايع . مرجع سابق.

17- Warren J. Severin & Tankard James W: Communication Theories Origins, Methods Uses in the Media – 3rd Edition (London, Longman 1992)in

في أماني السيد فهمي : الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتليفزيون - المجلة المصرية لبحوث الإعلام - جامعة القاهرة - كلية الإعلام، (يناير - يوليو ٢٠٠٠م).

18-James J. D. Halloran: Mass Media and Race- A Research Approach Introduction to Race New (Paris, UNESCO Press) 1974 in

في سامي عبد الرؤوف طايع : مرجع سابق

19- Denis MC Quail : Mass Communication Theory - A Introduction 3rd Ed. - London, Saga Publications 1994 in.

أماني السيد فهمي : مرجع سابق.

٢٠- تم جمع هذه النظريات من كتابات عديدة : محمد عبد الحميد (أكثر من كتاب) - حسن عماد مكاوي ، وليلى حسن : الاتصال ونظرياته المعاصرة - عواطف عبد الرحمن : النظرية النقدية - أماني السيد فهمي - سامي عبد الرؤوف طايع وآخرون.

21- Untied Nation; Women Conferences Reports (NY) 1996.

٢٢- نجوى كامل: بحوث الصحافة النسائية في مصر والعالم - المجلة المصرية لبحوث الإعلام - جامعة القاهرة - كلية الإعلام - العدد الرابع - ديسمبر ١٩٩٨م.

23- Kay Mills : What differences do Women Journalist makes? in Women Media and Politics - New York, Oxford University Press 1997.

24- Daniel R. Nicholson : The Peactien "The New York Times Coverage of the first International Conference for women in Hague 1915, 20th Biennial International Association of Mass Communication Research, Glasgow (26-30) July 1998, Scotland..

25 - Nancy Hauseman: Comparing Conversations about Vidence. Sexual Harassment in US, Sweden Print Media, 20th IAMCR Conference - Glasgow, Scotland 1998.

26- Calistsa Simbakalia and Miriam N. Jata Impact of Multimedia Family Planning Promotion on the contraceptive Baviour of Rural Women in:Tan Zania: Family Planning International Congress on Women, Makerese University -Kampalo -Uganda- July (21-26) 2000.

27-Adrienne Rivers : (USA) Ghanaian Rural Woman and newly formed emerging rural Radio Station; A Target Audience after thought & the International inter disciparny Congress on Woman ،Makerere University, Kampalo - Uganda - July (21-26) 2000.

28 -Carolyn Byerly : Woman, Media and Structure Seeking a Feminist Marco research Agenda in an Era of Globalizition, 20th IAMCR Conference, Glasgow, Scotland (26 – 30) July 1998.

29 -Monika Djerfiene : Networking in Nersroom Journalism and Gender Culture, 20th IAMCR Conference Glasgow, Scotland, July 1998.

30- Shakuntala Rao: Our Borders are out of Control; Media, Nationalism and Pohtice of Gender, 20th IAMCR Conference, Glasgow, Scotland (26 -30) July1998

31 -Anghaherd Valdiva : Ethnicity and Expressive Culture: Gender and Ethnic Assertion: 20th IAMCR Conference - Glasgow, Scotland 1998.

32 -Ramona Rush: Ratio of Recurrent and Reinforced Residuim, Have nearly three decades changed the Gender ratio Within Professional Media & Media Education; Media Systems in Transition at the EVE of the Information Society of the21st century; IAMCR 21 Semi-Biennial Conference - Leipzig, Germany 27-31July 1999.

33- Margrit Howelleck : School; African Woman in Media Studies; IAMCR 21 Semi-Biennial Conference - Leipzig, Germany 27-31 July 1999

انظر الأوراق البحثية في المؤتمر الدولي الثالث والعشرين للاتحاد الدولي للبحوث الإعلامية.

International Association for Mass Communication Research Gender Section-Barcelona, Spain 21-26 July 2002.

الخاصة بالباحثات الأمريكيات وهن على التوالي:

34 - Angharad Valdivia Nahuel: Gender and Latinos in us Popular Culture; Inter Cultural, Conflicts within Pan-Latinodad 2002.

35- Endah Triesta Agustiana: Dealing with Violence Toward Women; Gender, Conflict , and Power in dating Relationship in Indonesia.

36 - Lisa Maclonghlin: Professional Feminism, Street Feminism, and the "Weak ublic" Problem, Transitional egitimization Crisis-Barcelona2002.

37 -Linda K.Fuller: Victimization at play for Woman Athletes, Barcelona.

38 - Barbara Am Barnet: Emma says; A case study of the use of comics for health Education in the AIDs Heart land to Women-Barcelona-Spain 2002.

39 - Maggie Magor: Women and work in Media Discusses.

40- Barbara Barnet: How Women Magazines from Medical News and Femininity are African Women on line; Zagette Vol. No. 3June 2002.

41- Calista Simbakalia 1998:op. Cit.

42- Adrienne Rivers 1998:op. Cit.

43- Lisa Macloughin 2002:op. Cit.

44-Linda Fuller 2002:op. Cit.

45- Elizabeth Maclena: Vanidades and the Construction of a pan America Hispanic Female Audience; IAMCR, 23rd International Conference 21-26 Guly, Barcelona, Spain 2002.

46 -Irene Corstera : Gender Gossip and Ethnic Ethica; A Comparative Approach; IAMCR, Barcelona, Spain 2002.

في مراجعة المدرسة الأوربية انظر:

47- Jake Hermes: Readings in Women's Magazines; An Analysis of every day use (U.K. Polity Press) 1997

48-UNESCO: Gender Patterns in Media Employment; Paris ، UNESCO Publications 1995.

49- Flanders L. Real: Majority; Cost of sidering; Common Copurage Press 1997.

50- Oxford University: African Woman, A Modern History West View Press Oxford 1996.

51- UNESCO : Mass Mass Media; Image Role and Social Condition of Woman, Paris, UNESCO Publications 1995.

52 -Rodriguez L.: Shopping of Cognition How Rural Audience understand Aggression reform Communications European Journal of Communications Research Sep. 1998.

53- Nancy E.& Bartz Albert: Gender Differences in self Report; Measures of Anger; thee Role of social Diserability and Negative Effect, J. of Social Behavior and Personality Vo;. 11(5) 1996.

54- John Beggs & Others: Social Context of Men's and Woman's Job Membership in Voluntare Org. Social Resources and Job Research out comes, Sociological Prospective Vol. (4) 1997.

55- Nicki Crick: Engagement in Gender Normative Versus; non normative forms of Aggression Links to Social Psychological Adjustments, Developmental Psychology Vol. 33 (4) 1997.

56- Hernika Zillious: Who speaks? Astudy on men and women in prime television in five countries focus on data from filond .IAMCR, Glasgow 1998.

57- Sanna Ojaayavi : Gendered or Generic Codes? A study of Hosts on Finnish Television, IAMCR, Glasgow 1998.

58- Carltom M. Berly: Women, Media and Structure seeking a feminist Macro-research Agenda in the ERA of Globalization, Glasgow Scotland 1998.

59- Concette Strwart : Toward a definition of Community Implication for Policymaking in a Cyberage; IAMCR,21st Conference, Leipzig (27-31) July 1999.

60- Sharon Strouer. Challenges To Rural Connectivity, Facing the Competitive Frame Work; IAMCR 21st Conference Leipzig (27 July) 1991.

61- Monika Nilsson : Making a Difference; Has the Increasing Number of Female Journalists Changed the Practices of Journalism and the Journalists Profession IAMCR 22 Conference, Singapore 2000.

62 - Supriya Singh: Gender and Electronic Commerce, IAMCR 22 Conference, Sngapore 2002.

63 - UNESCO : A Review of UNESCO's Publication on Woman and Communication from a Post Structural Feminist Prospective ،IAMCR 22, Conference Singapora 2002.

64 - Yvonne Morgarita: Queer Media? Or what Has queer theory do with Media studies, IAMCR, Singapore 2002.

65 - Jake Herms: op. Cit. 1998.

66 - Flander Real :Op., cit 1998.

67 - oxford Sevies of Studies; Op. Cit 1999.

68 - R. Rodriguez : Op., Cit 1999.

69 - Jake Herms : Op., Cit. 1998.

70- N. Crick : Op. S Cit. 1999.

71- John Begg : Op., Cit 1999.

72- E. Nancy : Op., Cit 1999.

73- Monika & Nilsson : Op. Cit 2000.

74- UNESCO, Op. Cit 2002.

75- Remigio achia : Woman, Media Woman accesste information in Uganda; 8th International Interdiscioleinary Congres on Woman ، Deportment of Woman and Gender Studies ،Makerere Universlity Kampala - Uganda July (21-26) 2000.

76- A.Qmalayo A., Chik Wendee & (others)., The use of zadie as a source of information crong Rural Women in Selected Villages in Niguta, Journal of Development Communication No (l)June 1997.

نقلا عن : حسن علي محمد علي: الاتجاهات الحديثة في دراسة استخدام الراديو والتليفزيون في تنمية المجتمعات المحلية في الدول النامية، المجلة المصرية لعلوم الإعلام (كلية الإعلام – جامعة القاهرة) ، العدد الثامن أغسطس/ أكتوبر ٢٠٠٠م.

77- Farhana Goga : Toward affurimative action of race and gender in media organization in South Africa :22th Congerence, International Assouation of Mass Communication Research Singapore (٢٠-١٧) July, 2000.

78 - Stella Okunna : Gender, and Communication in Nigeria : is this the twenty - first Century, IAMCR, Bavcelona Spori 2002.

79 - Ben Jian Chen : Roral Woman in China, China Women News

من الموقع

ABC @ New. Com wired women/rural women zone.

80 - Dilek -Imanecer Ege : Representation of Traditional (rural) and Modern Woman Identity in Domestic T.V. Seveis in Turky : 8 the International Interdisciplinary Congress on women deportment **of** women and gender studies, Makerere University Kampala Uganda July (el-26 / 2000).

81 - Chaviottle Kwok Glosser: Patriorchd desire and Chinese magazine Fiction, Towmal of Communication 1997.

82 -Todd Joseph Miles Holder : Watered down gender : Portzoyines-Women in Japanese Television Adverstiments, IAMCR, Singapore 2000.

83 - Manisha Projections of Today's Indian women's Images im Indian Commericals. Amisnomer: IAMCR, Singapore Conperence, 2000.

84 - Gita Bamezai, and Kiran Bansal; Press in India and Violence against women : An Advocacy or objectivity: IAMCR, Sungapore ، 2000.

٨٥- انظر أوراق عمل المجموعة اليابانية في:

85-Congerence and general assembly ATECS /IAMCR, AIERI Inter-cultural Communication, Barcelona (21-26) July 2002.

وأوراق كل من :

-Anka Veronica; gender Constuction in a Japanes Advertising Compaign Borcelona (2000).

-Debra J. Occhi, Nature of gender in Japanese Enko Music Borcelona, 2000.

-Todd Holden : Gen - *Sex* .The Explosion of Intemacy in Japanese Commercial Dischourse, Borolona 2002.

86- James F. Kenny : Representatun of women in Chinese Films, IA-MECR, Barcelna 2002.

87- Gita Bamezai : Negotiating and Strengthening Womens's access to information, stereotyping or empowerment, IAMCR, Barcelona 2002.

٨٨- عواطف عبد الرحمن (وآخرون): المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ١٩٩٦م).

٨٩- نجوى كامل : تغطية الصحافة المصرية لقضايا المرأة في المؤتمر الدولي للسكان عام (١٩٩٤م) ، ومؤتمر بكين (١٩٩٥م) ، دراسة تحليلية للصحف القومية والحزبية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (العدد الأول) (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام) يناير ١٩٩٧م.

٩٠- نجوى كامل : «بحوث الصحافة النسائية في مصر والعالم ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد الرابع ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ديسمبر ١٩٩٨م).

٩١- نوال عبد العزيز الصفتي : اتجاهات الخطاب الصحفي الأفريقي نحو مشكلات المرأة الريفية ، القاهرة (المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد ١١ (أبريل – يونيو ٢٠٠١م).

٩٢- ميرفت الطرابيشي : دور وسائل الإعلام في نقل المعلومات الصحيحة للمرأة الريفية «دراسة ميدانية (المجلة المصرية لبحوث الإعلام) (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، العدد ١١ ، (إبريل – يونيو ٢٠٠٢م).

٩٣- مها محمد كامل : معالجة الصحافة المصرية لمشكلات المرأة الريفية ، دراسة تحليلية خلال عام ١٩٩٥م ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، العدد ١١ ، (إبريل – يونيو ٢٠٠٢م).

٩٤- أميمة محمد محمد عمران : دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، العدد ١١ ، (أبريل – يونيو ٢٠٠٢م).

٩٥ - سامية الساعاتي: المرأة المصرية والطفولة ، ومؤتمر المرأة والطفل ((معهد بحوث دراسات الطفولة جامعة عين شمس ، مارس ١٩٩٧م)).

٩٦- إبراهيم عبد الرحمن عودة : المرأة العاملة ونسق الأسرة في المجتمع البدوي دراسة ميدانية في شمال سيناء، مجلة كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، العدد (٢٤) (الصادر في ابريل) ١٩٩٩م.

٩٧- سها فاضل : التأثيرات المعرفية لدرجات ومستويات اعتمد جمهور القرية على وسائل الإعلام ، مجلة كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، العدد٢٤ إبريل.

٩٨- أميرة محمد العباسي : المشاركة السياسية للمرأة المصرية ودور الإعلام في تفعيلها، المحلة المصرية لبحوث الرأي العدد الأول جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلد الثاني، العدد الأول (يناير- مارس)٢٠٠١).

٩٩- نادية مصطفى المصري: دور الاتصال في المشاركة السياسية للمرأة المصرية، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام)٢٠٠٠م .

١٠٠ - آمال عبد الهادي : لا ترجع سنواصل ما بدأنا ((كفاح قرية مصرية للقضاء على ختان الإناث)) (مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان ، وهيئة التنمية والمعونة الأمريكية ((شبرا))، ج م ع ، ١٩٩٨

١٠١ - صابر سليمان عسران : الاتجاهات العالمية الحديثة في استخدام الإذاعة الصوتية في التوعية الريفية ، مرجع سابق ، (يناير / يوليو) ٢٠٠٠م .

١٠٢ - إلهام الدسوقي: البرامج الصحية في الراديو والتليفزيون وتبني الممارسات الصحية السليمة في الريف المصري. دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام) ١٩٩٥م

١٠٣ - هنية محمد قاسم : العوامل الاجتماعية المؤثرة على مشارك المرأة العاملة في تنمية المجتمع ، دراسة ميدانية على عينة من الريفيات بمحافظة سوهاج، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة المنيا، كلية الآداب (١٩٩٤-١٩٩٥م)

١٠٤ - ناهد رمزي: سيكولوجية المرأة ((قضايا معاصرة)) مكتبة الأنجلو المصرية ط ٢، ١٩٩٩م .

١٠٥ - أسماء حسين حافظ : مسؤولية الإعلام الديني الصحفي تجاه المرأة ، دراسة تحليلية للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور بالتطبيق على الصفحات الدينية في الأهرام ، الأخبار والجمهورية خلال ١٩٩٥م ، مجلة الزهراء، كلية الدراسات الإسلامية والعربية ، جامعة الأزهر، العدد (١٥) ١٩٩٧م .

١٠٦ - عادل صادق رزق : دور الصحافة النسائية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو القضايا النسائية (دراسة تحليلية - ميدانية) رسالة ماجستير غ . م (القاهرة ، كلية الإعلام) ١٩٩٩م .

١٠٧ - عواطف عبد الرحمن : الإعلاميات المصريات بين المسؤولية المهنية والدور الاجتماعي، اللجنة المصرية لبحوث الاتصال ، العدد الثاني (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام - (إبريل - يونيو) ١٩٩٧م

١٠٨ - عدنان محمود : دور التليفزيون في التنمية الاجتماعية.. دراسة تحليلية مقارنة لحملات تنظيم الأسرة في مصر وسوريا، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٩م).

١٠٩ - نيفين أحمد غباشرى أبو النبى: دور قادة الرأي في التسويق الاجتماعي الموجه للمرأة الريفية مع التطبيق على مجال تنظيم الأسرة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ،١٩٩٦م).

١١٠ – انظر : ماجدة أحمد عامر الدراسات الآتي:

A- Comparison Between Local and Public Media Role in Dealing with rural woman Socio-Health Problems.

مجلة جامعة المنصورة للعلوم الزراعية ، مجلد (٢١) العدد (٨) أغسطس ١٩٩٦م

B- Local Radio & TV. Rold in enhancing Rural Woman Participation in Local Comunities Cleuelasement : General assembly & Scientific Congerence of the Inyerruption Association for Mass Communication Research Women Section 1997.

C- Impact of the European Drama on the Educated Farmers Exposed to IAMCR, Barcelona 2002.

د - موقف جمهور الريفيات من حملات تنظيم الأسرة التليفزيونية دراسة ميدانية على عينة من الريفيات بقرى محافظة الجيزة ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، (يونيو - سبتمبر) ٢٠٠٢م.

١١١ - فوزية العطية : صورة المرأة في المجلات النسائية العربية ، سلسلة دراسات عن المرأة العربية في التنمية في نجوى كامل : مرجع سابق ١٩٩٧م.

١١٢ - ماجدة موريس : صورة المرأة في السينما المصرية في (أحمد رأفت بهجت ، مائة سنة سينما، ١٩٩٦م).

١١٣ - محمد طلال : صورة المرأة في الإعلام العربي، بحث غير منشور، لجنة المرأة العربية (تونس ، جامعة الدول العربية ، ١٩٨٦م ، في نجوى كامل : مرجع سابق ١٩٩٧م).

١١٤ - ناهد رمزي : صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام - المركز القومي للبحث الاجتماعي والجنائية في نجوى كامل (١٩٩٧م).

١١٥ - محمود يوسف : صورة المرأة المصرية في الأفلام السينمائية التي يقدمها التليفزيون ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد (١٠) (يناير - مارس) ٢٠٠١م

١١٦ - إلهام عبد الحميد : صورة المرأة في التعليم ، سلسلة دراسات تربوية ، العدد (٧) الطبقة الأولى، (القاهرة ، مركز المحروسة)، ٢٠٠٠م .

١١٧ - عدلي رضا : صورة الأب والأم في المسلسلات العربية بالتليفزيون (القاهرة ، دار الفكر العربي) ١٩٩٨م

١١٨ - ماجدة أحمد عامر : نمذجة المجتمعات الريفية فى الدراما التليفزيونية ، مجلة جامعة المنصورة للعلوم الزراعية ، يناير ٢٠٠٢م .

١١٩ - ماجدة أحمد عامر : صورة المرأة الريفية في السينما المصرية - دراسة مسحية : المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام) إبريل - يونية ٢٠٠٢م .

١٢٠ - انظر دراسات كل من:
- باسمة سكرية عيد : صورة المرأة في المجلات النسوية ، دار الفكر العربي، العدد (٨٤) بيروت ، معهد الإنماء العربي، ربيع ١٩٩٦م.
-نشوان محمد السميري: المرأة والإعلام في الجمهورية اليمنية ، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث ، تونس ١٩٩٨م .
١٢١ - توفيق حسن أغا: الصحافة النسائية في اليمن بعد ثورة (١٩٦٢م) ، (دار الثقافة العربية ، الإمارات العربية المتحدة ، الشارقة) ط١ ، دمشق ١٩٩٧م.
١٢٢ - خالد سعيد دورك : صورة المرأة في الصحافة النسائية ، مركز الأبحاث التطبيقية والدراسات النسائية ، ١٩٩٦م.
١٢٣ - نضال حميد الموسي: قضايا المرأة كما تعكسها الصحف اليومية ، المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، العدد (٦) ، السنة ١٦ ، ١٩٩٨م.

قضايا المرأة الصعيدية في الصحافة الإقليمية

دراسة تحليلية لمضمون عينة من صحف الصعيد

د.أميمة عمران

٢٠٠١م

مقدمة:

شهدت الحقبة الأخيرة من القرن العشرين اهتمامًا متزايدًا بالمرأة وقضاياها، فمنذ إعلان الجمعية العامة للأمم المتحدة عام ١٩٧٥م سنة دولية للمرأة، ثم إعلان الفترة من ١٩٧٥ حتى ١٩٨٥م عقدا عالميا للمرأة، ازداد الاهتمام بالمرأة، وأصبح التأكيد على المساواة بينها وبين الرجل ومنع أشكال التمييز ضدها، والمناداة بضرورة النهوض بها ومشاركتها بفاعلية في تنمية مجتمعها مطلبًا مشتركًا للعديد من المؤتمرات الدولية.

وانعكاسًا لهذا الاهتمام الدولي ازداد الوعي بدور المرأة في المجتمع واتخذت العديد من الإجراءات للنهوض بها فصدقت مصر على الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة والتي اعتمدت عام ١٩٧٩م ((وذلك بموجب القرار الجمهوري رقم ٤٣٤ لسنة ١٩٨٤ مما أعطاها قوة القانون، وتحفظت مصر على أربع مواد رأت أنها تخالف الشريعة الإسلامية))[1].

كما شاركت مصر بفاعلية في معظم المؤتمرات الدولية للمرأة سواء من خلال وفود رسمية أو من خلال المنظمات غير الحكومية.

علاوة على ذلك عقدت مصر المؤتمر القومي الأول في يونيو ١٩٩٤م، والثاني في إبريل ١٩٩٦م بهدف مناقشة واقع المرأة المصرية، ووضع السياسات والبرامج للنهوض بها.

((وبذلت المؤسسات الحكومية وغير الحكومية جهودًا واضحة لتحسين أوضاع المرأة وتعزيز مكانتها، فانخفضت نسبة الأمية بين النساء، وارتفعت

معدلات التحاق الإناث بالمراحل التعليمية المختلفة ، وتحسنت الأوضاع الصحية ، فارتفع معدل العمر المتوقع للإناث عند الولادة ، وانخفضت معدلات وفيات الأمهات والأطفال ، وازدادت مشاركة النساء في قوة العمل ، وتوصلت المرأة المصرية إلى تقلد عدد من المناصب القيادية وأثبتت كفاءتها فيها[٢] .

ولكن المتأمل لواقع المرأة المصرية يلاحظ أنه بالرغم من تلك المكاسب فمازالت المرأة المصرية تواجه العديد من التحديات التي يمكن بلورتها من خلال المؤشرات التالية :

في مجال التعليم :

إذا كان هناك نمو في معدلات تعليم الإناث في المستويات التعليمية المختلفة فلا يزال نصيب الإناث من التعليم أقل من نصيب الذكور، كما أن معدل الأمية مازال مرتفعًا بين النساء حيث ((يقدر تقرير اليونسكو لعام ١٩٩٣ نسبة الأمية بين النساء في مصر بحوالي ٦٦٪ في عام ١٩٩٠ ، ٦١٪ عام ١٩٩م[٣] وتتفاوت هذه النسب بصورة كبيرة بين الريف والحضر)) إذ تبلغ ٧٦٪ بين النساء الريفيات و٤٤.٨٪ بين نساء الحضر بينما لا تزيد عن ٤ ,٣٧٪ بين الذكور كذلك يلاحظ ازدياد نسبة التسرب من المدارس بين الإناث في مرحلتي التعليم الإعدادي والثانوي وخصوصًا في الريف[٤] .

وفى إطار المحافظات بلغت نسبة الأمية بين السيدات في محافظة المنيا ٧٠٪ من إجمالي الأمية في المحافظة ، تمثل أمية الإناث في الريف نسبة ٦٩.٩٪ من إجمالي الأمية بالريف ، وتمثل أمية الإناث في الحضر نسبة ٦٨.٩٪ من إجمالي أمية الحضر في مقابل ٣١.١٪ للذكور[٥] .

وفى أسيوط ((يصل معدل أمية الإناث إلى ٥٩.٦٪ من إجمالي الأمية بالمحافظة وتمثل أمية الإناث في الريف نسبة (٥٩.٧٪) من إجمالي معدل الأمية في الريف كما تمثل ٨ ,٥٩٪ من إجمالي أمية الحضر))[٦] .

وفى سوهاج ((تصل أمية الإناث إلى ٧. ٦٣٪ من إجمالي الأمية في المحافظة، وتمثل أمية الإناث في الريف نسبة ٦٤٪ من إجمالي أمية الريف ، كما تمثل أمية الإناث في الحضر ٢١٪ من إجمالي أمية الحضر))[٧] .

في مجال عمل المرأة:

- على الرغم من أن المرأة المصرية تلعب دورًا اقتصاديًا واضحًا، ويكفل لها الدستور والقانون مساواة كاملة مع الرجل في ميدان العمل علاوة على ميزات خاصة لها، فإن الواقع يعكس انخفاضًا حادًا في نسبة مشاركة المرأة في سوق العمل حيث «يقدر تقرير البنك الدولي لعام١٩٩٤م نسبة الإناث في قوة العمل في مصر ١٠٪ في عام ١٩٩٢ وأن عمالة النساء مازالت تتركز في المجالات التقليدية المرتبطة بالجنس، ففي عام ١٩٩٢ تركز معظم النساء العاملات في قطاع الخدمات الاجتماعية والشخصية بنسبة ٥٧.٥٪ بينما بلغت نسبتهن ٧.٥٪ في الصناعات التحويلية، ١.٥٪ في قطاع التشييد والبناء، ٤.١٪ في كل من التمويل والتأمينات والنقل والمواصلات، بينما شكلن ٧.٠٪ في قطاع التجارة والمطاعم والفنادق»[٨].

- أما في المراكز القيادية الاقتصادية العليا فيتبين من البيانات الإحصائية أن نسبة مشاركة المرأة في المراكز القيادية العليا لقطاع الأعمال العام تعتبر هامشية لدرجة كبيرة تتراوح بين ١٪، ٣٪ من إجمالي القيادات أي إنها لا تتناسب مع وزن المرأة في المجتمع[٩].

- وعلى مستوى المحافظات تشير الإحصائيات إلى انخفاض مؤشرات إسهام الإناث في سوق العمل فمثلا في محافظة أسيوط «بلغت تعيينات القوى العاملة من عام١٩٩٣م حتى سبتمبر ٢٠٠٠م عدد (٦٠٧٧٣) وظيفة كان نصيب في مجال المضاربة السياسية أبرزها الإناث منها ٣٠.٢٪ مقابل ٢٩.٨٪ للذكور[١٠] وهو ما لا يتناسب مع الوزن النسبي للإناث في عدد السكان (٤٨.٨٪).

- وفي محافظة المنيا بلغت التعيينات التي أتاحتها المحافظة لشباب الخريجين والفئات الأخرى من عام ١٩٩٤م وحتى سبتمبر١٩٩٨م (١١٦٥٨) فرصة عمل كان نصيب الإناث ٣٥.٧٪ في مقابل ٩٤.٧٪ للذكور[١١].

- أما في محافظة سوهاج فيظهر التباين صارخًا بين الجنسين «حيث بلغ نصيب الإناث من فرص العمل التي تم توفيرها لشباب الخريجين خلال الفترة من أكتوبر ١٩٩٣ إلى مايو ٢٠٠٠ ٨٪ فقط مقابل ٩٢٪ للذكور[١٢] وهي نسبة ضئيلة جدًا لا تتناسب ومعدل الإناث في المجتمع السوهاجي (٤٩٪).

في مجال المشاركة السياسية :

بالرغم من تمتع المرأة المصرية بحكم الدستور والقانون بالمساواة مع الرجل في مباشرة حقوقها السياسية ، وعلى الرغم من أهمية مشاركة المرأة في الحياة السياسية حتى يمكن طرح قضاياها ومشكلاتها لإيجاد حلول عبر القنوات الشرعية ، إلا أننا نلاحظ عزوفًا عاما من جانب المرأة المصرية عن المشاركة في صنع القرار السياسي ويمكن الاستدلال على ذلك من خلال عدة مؤشرات لعل أبرزها :

((تؤكد الإحصاءات الرسمية أن نسبة السيدات اللاتي يشاركن في العمل السياسي لا تزيد عن ٥. ٠٪ رغم وجود ١٤ حزبًا سياسيًا، ورغم أن أصوات النساء تمثل ٤١٪ من أصوات الناخبين))[(١٣)] .

- مع إلغاء القانون ٢١لسنة ١٩٧٩ من قبل المحكمة الدستورية بحجة مخالفته للإجراءات ولمبدأ المساواة المنصوص عليه في الدستور أدى ذلك إلى تقلص مقاعد المرأة في المجالس النيابية في الدورات البرلمانية التالية ((فقد انخفضت عضوية النساء في مجلس الشعب من ١١٪ عام ١٩٨٤ إلى نحو ٢٪ عام ١٩٩٥ ، كما انخفضت عضويتها في المجالس المحلية من ٢ , ١١٪ عام ١٩٧٩ إلى ٢ , ١٪ عام ١٩٩٢))[(١٤)] .

- في انتخابات عام ١٩٩٠ مجلس الشعب بلغ عدد المقيدات في الجداول ١٥,٨ مليون وانخفضت نسبة المشاركات في الانتخابات إلى ٦٪.

- في انتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠تقدمت ٩١سيدة للترشيح فازت من بينهن سبع سيدات فقط أي بنسبة ٨٪.

- ((تشير الأرقام المتوافرة إلى أن تمثيل المرأة في مكاتب الأحزاب السياسية محدودٌ جدًا ، فعلى سبيل المثال تشارك ثلاث سيدات في اللجنة العليا لحزب الوفد من بين ٥٠ عضوًا ، كما تشارك سيدتان فقط في اللجنة المركزية للحزب الناصري ضمن ٧٢ عضوًا. وفي الأمانة العامة لحزب التجمع نجد ثلاث عضوات من مجموع ٦٤ عضوًا))[(١٥)] ولا شك أن هذه الأرقام تعكس عزوفًا من جانب المرأة في المشاركة السياسية، وهذا العزوف تكمن وراءه أسباب وعوامل معوقة تتراوح بين عوامل اجتماعية وأخرى شخصية وثالثة ثقافية ، وتفشي هذه العوامل يؤدي إلى انتشار اللامبالاة والعزوف السياسي[(١٦)] .

في مجال الصحة :

- يؤكد الدستور المصري في المادة (١٦) على أن الدولة تكفل الخدمات الصحية، وتعمل بوجه خاص على توفيرها للقرية في يسر وانتظام ، كما تنص المادة (١٧) على أن الدولة تكفل خدمات التأمين الصحي للمواطنين جميعًا[١٧] وفي إطار ذلك تشير التقارير إلى أن ((المستوى الصحي للمرأة المصرية قد تحسن في السنوات الأخيرة ، فقد ارتفع متوسط العمر المتوقع عند الولادة للنساء وانخفضت معدلات وفيات الأمهات والأطفال الرضع وانخفض معدل الخصوبة وزادت نسبة السيدات اللاتي يستخدمن وسائل منع الحمل))[١٨] وعلى الرغم من ذلك لا تزال هناك تحديات صحية كثيرة تواجه المرأة المصرية منها:

- ضعف الرعاية الصحية للأمهات الحوامل في مصر حيث تشير التقارير إلى أن ((نسبة الحوامل اللاتي حصلن على رعاية قبل الولادة في عام ١٩٩١ بلغ ٥٢.٢٪ منهن ١٤٪ فقط تلقين رعاية دورية منتظمة – وتشير دراسة وزارة الصحة والسكان إلى أن (٧٣.٥٪) من الولادات تتم في المنازل وأن ٨٢٪ من الأمهات لا يتلقين عناية طبية بعد الولادة وأن الخدمات الصحية المقدمة للحوامل تقل في المناطق الريفية))[١٩] .

إلى جانب ذلك (هناك نقص في هيئة التمريض بشكل واضح في المستشفيات العامة والخاصة وعيادات الأمومة والطفولة ، مما يؤدي إلى ضعف الخدمات المقدمة للمرضى)[٢٠] .

- كذلك تظهر البيانات (انخفاضا في الإنفاق الصحي في وزارة الصحة في السنوات الأخيرة بالنسبة لميزانية الدولة من ٢.٣٪ عام ١٩٨٠ إلى ١.٩٪ فقط عام ١٩٩٤ وقد أدى ذلك إلى معاناة المستشفيات الحكومية من نقص في الموارد وأدى ذلك إلى إهمال التجديد والإصلاح إلى نقص شديد في التسهيلات العلاجية)[٢١] .

- وهكذا يعكس الواقع التعليمي والعملي والسياسي والصحي للمرأة المصرية العديد من القضايا والمشكلات التي تحتاج إلى مزيد من الطرح والمناقشة عبر القنوات المختلفة وفي مقدمتها وسائل الإعلام ، حيث تقع على وسائل الإعلام مسؤولية طرح تلك القضايا ومناقشتها باستفاضة وتحليل وبأسلوب متكامل بعيدًا عن المعالجات الجزئية أو الهامشية أو الموسمية ، وفي إطار الواقع

المجتمعي للمرأة المصرية ، ومن ثم تستطيع وسائل الإعلام أن تقوم بدور كبير في التوعية بهذه القضايا وتسهم في «تطوير أوضاع المرأة ومساعدتها على ممارسة حقوقها . وتعاون في تغيير النظرية العامة لدور المرأة ، وتحاول تغيير بعض الأفكار السلبية السائدة عنها»[22].

- وإذا كانت وسائل الإعلام - بشكل عام - تلعب دورًا مميزًا في هذا الشأن ، فإن الصحافة الإقليمية بما تتمتع به من خصوصية التوجه إلى المجتمع المحلي ، تستطيع أن تناقش الكثير من القضايا التي تتعلق بالمرأة في المجتمع المحلي وأن تتبنى قضايا المرأة الريفية وأن تعمل على تحريرها من أسر التقاليد البالية إلى جانب توعية المسؤولية وصناع القرار بمشكلات المرأة لاتخاذ التدابير والإجراءات اللازمة التي من شأنها تمكين المرأة من الحصول على حقوقها والاستفادة من الخدمات الصحية والتعليمة والاجتماعية وتحسين أوضاعها المعيشية وإفساح المجال أمامها للمشاركة في عملية التنمية.

أولا : الدراسات السابقة :

من خلال إجراء دراسة مسحية للبحوث والدراسات التي تعرضت لقضايا المرأة ووسائل الإعلام أمكن تقسيمها - طبقًا للوسيلة - إلى ثلاث مجموعات:

المجموعة الأولى: الدراسات التي تعرضت لقضايا المرأة في الصحافة العامة والمتخصصة .

- دراسة : جيهان الهامي : الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمي للمرأة (١٩٧٥ - ١٩٨٥)[23].

- استهدفت هذه الدراسة التعرف على تغطية الصحافة المصرية لقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمي للمرأة مع تحديد أبرز القضايا المعالجة وأسلوب عرضها وماهية الجمهور المستهدف إلى جانب التعرف على مدى وعي القائم بالاتصال بقضايا المرأة المثارة ومدى اهتمامه بمعالجة هذه القضايا.

- واعتمدت الباحثة على منهج المسح المقارن ، وقد خلصت إلى النتائج التالية:

- كانت القضايا الاجتماعية مجالًا أساسيًا لاهتمامات صحف الدراسة . أيضًا نالت القضايا الثقافية والاقتصادية قسطا من اهتمام تلك الصحف.

- اتسمت معالجة صحف الدراسة لقضيتي الأمية والنشاط الاجتماعي بالمحدودية والسطحية ولم تعالج بعمق رغم أهميتها.

- أغفلت صحف الدراسة قطاعًا نسائيًّا كبيرًا هو المرأة الريفية فلم تنشر الصحف مشاكلها وقضاياها مما ساعد على تأكيد عزل المرأة الريفية عن نساء المدن اللاتي شغلن المرتبة الأولى ضمن الجمهور المستهدف لهذه الصحف.

- دراسة فاتن عبد الرحمن الطنباري ، موقف الصحافة تجاه قضايا المرأة[٢٤].

- وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الأساسي الذي تقوم به الصحافة اليومية تجاه قضايا المرأة ، والتعرف على أهمية هذه القضايا.

واستخدمت الباحثة المنهج التحليلي، وخلصت إلى عدة نتائج أبرزها:

- أن الصحافة اليومية اهتمت بتنوع الموضوعات والقضايا الخاصة بالمرأة تنوعًا كبيرًا خلال فترة الدراسة.

- اهتمت الصحافة اليومية بقضايا الأحوال الشخصية وأخبار المرأة في بلاد العالم ، ونشاط المرأة العلمي بينما تضاءل اهتمامها بأنشطة المرأة المختلفة وتقلدها للمناصب السياسية ، ونشاطها الأدبي والفني ودور المرأة في التنمية.

- دراسة علية عبد الرحمن السيسي : مجلة حواء دراسة نظرية وتحليلية منذ عام ١٩٥٧ – ١٩٧٠[٢٥].

- وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى قيام مجلة حواء بدورها كوسيلة إعلامية ، وأبرز الموضوعات التي ركزت عليها المجلة ومدى استفادة المرأة المصرية بما قدمته المجلة من أبواب مواد.

- وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح ودراسة الحالة مع الاعتماد على أسلوب تحليل المضمون ، وقد خلصت إلى عدة نتائج أبرزها:

- اهتمت مجلة حواء بالموضوعات التقليدية التي تتعلق بالأزياء والماكياج وتسريحات الشعر إلى جانب، الموضوعات التي تخص أدوار المرأة كربة بيت وزوجة وأم.

- لم تحاول المجلة الاقتراب من مشاكل وهموم الغالبية العظمى من نساء مصر في الريف أو في الأحياء الشعبية.

- دراسة نجوى كامل : الصحافة المصرية وقضايا المرأة[٢٦]:

استهدفت هذه الدراسة وصف وتحليل وتفسير مواقف الصحافة المصرية (القومية والحزبية) المثارة في مؤتمر السكان ١٩٩٤ ، ومؤتمر المرأة ١٩٩٥ ، كما تهدف إلى رصد تأثير السياسات التحريرية على المضامين الصحفية وفقًا للمرتكزات المرجعية الخاصة بالصحف.

- واعتمدت الباحثة على منهج المسح والمنهج المقارن مستخدمًا الوثيقة ومسار البرهنة كأدوات بحثية ، وخلصت الباحثة إلى النتائج التالية:

- ركزت الدراسة أن عددًا من الكتاب المتحمسين لقضايا المرأة قد وقعوا في فخ التبعية لأجندة اهتمامات غريبة تعني المرأة الغربية في الأساس مما يساعد على إغفال خصوصية المرأة المصرية.

- دراسة عواطف عبد الرحمن : صورة المرأة في الصحف والمجلات العربية[٢٧]:

- استهدفت هذه الدراسة استخلاص معالم الصورة المرسومة للمرأة المصرية من خلال تحليل مضمون المواد الإعلامية المنشورة في الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية. واعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي إلى جانب منهج دراسة الحالة والمنهج المقارن . وخلصت إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- تركز الصحافة المصرية على الأدوار التقليدية للمرأة ، وتبرز الجوانب المختلفة من اهتمامات المرأة.

- لم تحاول الصحافة النسائية الاقتراب من مشاكل وهموم الغالبية العظمى من نساء مصر في الريف وفي الأحياء الشعبية.

- هناك تحيز اجتماعي لنساء المدن على حساب نساء الريف ولصورة المرأة كأنثى جميلة أنيقة على حساب الصور الأخرى للمرأة كمنتجة ومشاركة في التنمية وفي صنع القرار السياسي ،وكعاملة ، وأدبية ، وفنانة ، وكإنسان تتساوى مع الرجال في الحقوق والمسؤوليات.

- حيث أجرت الباحثة تحليلا لمضمون عينة من تسع عشرة مجلة نسائية تصدر في الوطن العربي بالإضافة لصحيفة (عربية أنا) التي تصدر في نيويورك واعتمدت الباحثة على منهج المسح مستخدمة تحليل المضمون كأداة دراسية وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن ازدواجية الرؤية الفكرية للمجلات النسائية أدى إلى طرح صورة المرأة المرهفة الباحثة عن الأناقة والزينة ، وفي نفس الوقت تقدم قصصًا واقعية عن أوضاع المرأة والتي تشير إلى سوء حالها ونبذها اجتماعيًا.

- تبتعد المجلات النسائية عن هموم ومشكلات الغالبية العظمى من نساء المدن في الأحياء الشعبية وعن مشكلات الريف والبادية وتتحيز في توجهها لفئة محدودة من نساء المدن.

المجموعة الثانية : وهي الدراسات التي تعرضت لقضايا المرأة في الإذاعة المسموعة والمرئية.

- دراسة عزيزة عبده سليمان : دور برامج المرأة في التلفزيون في زيادة وعلى المرأة في الريف

- استهدفت هذه الدراسة تقييم الدور الذي تؤديه برامج المرأة في توعية المرأة الريفية من خلال التعرف على القضايا والموضوعات التي تركز عليها برامج المرأة في التليفزيون ، علاوة على التعرف على اتجاهات المرأة الريفية نحو التليفزيون واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التاريخي ومنهج المسح الاجتماعي مستخدمة تحليل المضمون وصحيفة الاستبار كأدوات بحثية .

- وكانت من أبرز نتائج الدراسة :- تركيز برامج المرأة على الموضوعات التقليدية (الأزياء - الماكياج - الأطعمة والحلويات).

- أن هذه البرامج لم تعبر عن اهتمامات المرأة الريفية وحاجاتها وراحت تتجاهلها في إطار من الاهتمام الحاد ببعض قطاعات امرأة الأخرى.

- أن برامج المرأة لم تتعرض لمشكلات وواقع المرأة الريفية كما أنها لم تركز على تقديم موضوعات تعدل وترشد مفاهيم المرأة وعاداتها عمومًا.

- دراسة سامية سليمان رزق صورة المرأة كما تقدمها برامج المرأة في الإذاعة الصوتية:[(٣٠)]

-استهدفت هذه الدراسة التعرف على ملامح صورة المرأة كما تقدمها برامج المرأة في الإذاعة الصوتية في مصر، ومدي مطابقتها مع الواقع الحقيقي للمرأة المصرية واعتمدت الباحثة على منهج المسح مستخدمة أسلوب تحليل المضمون .

وقد خلصت إلى عدة نتائج أبرزها :

- أكدت الدراسة غلبة الصورة السلبية المقدمة للمرأة في برامج المرأة مثل

الحاجة إلى عون وسند والعجز عن التفكير السليم والتردد والثرثرة، على الجوانب الايجابية مثل الاستقلال الشخصي والقدرة على اتخاذ القرار والتضحية والإيثار.

- أكدت الدواسة حرص المادة الإعلامية الموجهة إلى المرأة على مخاطبة الأدوار التقليدية للمرأة كأم وزوجة في المقام الأول.

- دراسة ليلى حسين السيد، وضع المرأة المصرية في الواقع الاجتماعي وفى وفي التلفزيون[٢١]

- استهدفت هذه الدراسة إلقاء الضوء على المرأة المصرية في الواقع الاجتماعي والصورة الذهنية التي ينقلها التليفزيون، وقد كان من أبرز نتائج الدراسة:

- هناك اتجاه ملحوظ لنقل صور نمطية عن المرأة المصرية في التليفزيون تختلف عن صورتها الحقيقية في الواقع الاجتماعي ويميل كثيفو المشاهدة لإدراك هذه الصور المشوهة عن المرأة بقدر أكبر من قليلي المشاهدة.

- غالبًا ما تظهر المرأة على شاشة التليفزيون في أوضاع أقل أهمية من الرجل حيث تظهر في صورة سلبية وضعيفة وعاطفية وتابعة للرجل.

- تتسم الصور التي يعرضها التليفزيون عن المرأة المصرية بعدم الدقة وعدم الارتباط بالواقع الاجتماعي الحقيقي حيث يتجاهل التليفزيون تعدد الأدوار التي تقوم بها المرأة المصرية في المجتمع.

المجموعة الثالثة: وهي الدراسات التي تعرضت للمرأة في الإعلام بشكل عام ومنها:

- دراسة عواطف عبد الرحمن وآخرون: المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر[٣٢].

- وقد سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين وسائل الإعلام والمرأة المصرية في الري والحضر بهدف التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تنمية المرأة المصرية وتطوير وعيها بحقوقها ومسؤوليتها المجتمعية بما يكفل تصحيح صورتها الإعلامية وتلبية احتياجاتها الاتصالية وضمان مشاركتها في تنمية ذاتها والنهوض بمجتمعها.

- وقد تم استخدام عدة مداخل بحثية هي المدخل الوصفي والمسح الإعلامي والمدخل المقارن واعتمدت على تحليل المضمون، والملاحظة بالمشاركة، ودراسة الحالة كأساليب وأدوات بحثية، وكان من أبرز النتائج:-

- تخلف الإعلام المصري عن مواكبة الإنجازات التي حققتها المرأة على أرض الواقع، ويبدو ذلك واضحًا من خلال تكريسه للتوجهات التقليدية التي تحصر المرأة في أدوارها المتوازنة كأم معطاءة وزوجة منقادة وابنة مطيعة.

- التحيز الطبقي والاجتماعي من جانب وسائل الإعلام لنساء المدن على حساب المرأة الأخرى كمنتجة ومشاركة في التنمية وفي صنع القرار السياسي وكعاملة وأدبية.

- دراسة عواطف عبد الرحمن : المرأة العربية والإعلام بين الواقع والاستجابة(٣٣).

- وقد استهدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل السياسات الإعلامية تجاه المرأة العربية من خلال تناول المعالجات الإعلامية والأدوار والفئات الاجتماعية والقيم التي ركزت عليها وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية وقد خلصت الدراسة إلى:

- أن مضمون وسائل الإعلام العربية الموجه إلى المرأة يدور أغلبه حول الأمور والاهتمامات التقليدية للمرأة وهي الطهي والأزياء والموضة والتجميل وتربية الأطفال والعلاقات الأسرية.

- أن مضمون هذه الوسائل يهمل في كثير من الأحيان تغطية أوضاع المرأة العربية وقضاياها الحقيقة، حيث يتضاءل الاهتمام بتطور المرأة العربية العملي والاجتماعي وإدماجها في عملية التنمية الشاملة.

- إن معالجة وسائل الإعلام العربية لقضايا المرأة ذات الطابع الاجتماعي تتسم في الأغلب الأعم بالسطحية، ولا تهتم بالأسباب المجتمعية لهذه القضايا.

- دراسة ليلى عبد المجيد : موقع المرأة العربية على خريطة السياسات الإعلامية(٣٤).

استهدفت هذه الدراسة طرح بعض الملامح الأساسية التي يقترح أن تتضمنها السياسات الإعلامية العربية فيما يتعلق بالمرأة العربية كقطاع من

قطاعات المجتمع العربي في ضوء العمل من أجل دمج المرأة العربية في التنمية وتعظيم مشاركتها وإسهامها في العملية التنموية.

وقد اعتمدت الباحثة على المقارنة والاتجاهات الغالبة كأنماط دراسية، وكان من أبرز نتائج الدراسة:

- أن مضمون وسائل الإعلام العربية الموجه إلى المرأة يدور أغلبه حول الأمور والاهتمامات التقليدية للمرأة ولا يهتم بتغطية أوضاع العربية وقضاياها الحقيقة كما أن هذا المضمون لا يهتم بإدماجها في عملية التنمية الشاملة.

- أن المرأة العربية تقدم في أغلب الأحيان في أدوار هامشية وتصور على أن دورها في الحياة ثانوي باستمرار ، وتحرص السياسات الإعلامية العربية على تدعيم الدور الأنثوي التقليدي للمرأة.

الدراسة الأجنبية (باللغة الانجليزية):

- دراسة روجاريو وويستن عن أوضاع المرأة في المجلات النسائية(٣٥).

حيث توصل الباحثان من خلال دراسة مقارن على عينة من المجلات النسائية الأمريكية خلال الفترة من (١٩٧١ – ١٩٨٠) أن هناك اختلافا في تناول أوضاع المرأة حيث كانت المرأة تظهر في المجلات عام ١٩٧١م في وظائف تقليدية وأقل تحملا للمسؤولية في عملها ، وفي الفترة التالية عكست هذه المجلات ممارسة المرأة لوظائف مهنية وقدمت نماذج لنساء شهيرات.

دراسة وانشيب عن مجلات الأسرة في بريطانيا(٣٦):

حيث أجرى الباحث دراسة تحليلية على مجموعة من المجلات النسائية وخلص إلى أن المجلات النسائية ركزت على الموضوعات التقليدية كالتجميل والديكور والأزياء وغير ذلك ، وفي الوقت نفسه اهتمت تلك المجلات بموضوعات أخرى مثل قضايا المرأة العاملة ، والمساواة بين الرجل والمرأة.

- دراسة موار ليسلي عن صورة المرأة ودور وسائل الإعلام في الثقافة السياسية في نيجيرا(٢٧):

وقد توصلت إلى أن وسائل الإعلام تؤكد على الصورة النمطية للمرأة وعلى الضغوط الواقعة عليها ، كما أثبت الباحث تجاهل وجود المرأة في وسائل الإعلام، وأن ما تفكر فيه أو تقوله لا يؤخذ في الاعتبار ، وتوصل إلى أن القائمات بالاتصال يساهمن في ذلك حيث إن ٦٠٪ من المقالات والبرامج التي

تعدها النساء عن الحب والزواج.

ومن خلال الدراسات السابقة يمكن بلورة مجموعة من الحقائق:

- كشف الدراسات عن قلة اهتمام وسائل الإعلام بطرح أوضاع المرأة وقضاياها الحقيقية وتركزت في معالجتها على الموضوعات التقليدية المتعلقة بالجوانب الأسرية أو الجوانب الجمالية والمظهرية.

- أشارت الدراسات إلى تركيز وسائل الإعلام على قطاعات محدودة من النساء تتمثل في نساء المدن، وتتجاهل نساء الريف والبوادي.

- رغم تعدد البحوث والدراسات التي تناولت الصحافة وقضايا المرأة لوحظ ندرة البحوث التي تناولت الصحافة الإقليمية ومعالجتها لقضايا المرأة.

مشكلة الدراسة:

إذا كانت الدراسة تشير إلى تركيز اهتمام وسائل الإعلام على القضايا التقليدية للمرأة والمتعلقة بالجوانب الجمالية والمظهرية وإهمالها لقضاياها ومشكلاتها الحقيقة، مع إبراز دورها التقليدي والأنثوي وتهميش دورها العملي والتنموي فإن الواقع يعكس اهتمامًا متزايدًا بالمرأة وقضاياها، فهناك جهود تبذل من قبل الجهات الرسمية والأهلية من أجل تفعيل الدور التنموي للمرأة، وبلغت ذروة الاهتمام في إنشاء المجلس القومي للمرأة في مارس ٢٠٠٠م والذي يتبع مباشرة لرئاسة الجمهورية وتشكيل اللجان الإقليمية له فى المحافظات المختلفة، وهو ما يعكس اهتمام القيادة السياسية بالمرأة وقضاياها كذلك تزايدت أنشطة المؤسسات الحكومية والأهلية المهتمة بالمرأة، ومن ثم أصبحت قضايا المرأة ومشكلاتها موضوعا لكثير من المؤتمرات والندوات، ومثارا للعديد من المناقشات في العاصمة والأقاليم، والتي أكدت جميعها على أهمية العمل على تحسين أوضاع المرأة في المجتمع وضرورة دمجها في عملية التنمية ومشاركتها في صنع القرار السياسي.

ولاشك أن ذلك كله كان له صداه على صفحات الصحف المختلفة، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى مزيد من الدراسات التي ترصد طرح الصحافة - ومن بينها الصحف الإقليمية لقضايا المرأة، وكيفية معالجتها لتلك القضايا ومدى مواكبة ذلك للواقع الحقيقي للمرآة المصرية.

ومن هنا تتعدد مشكلة الدراسة الحالية في التعرف على معالجة الصحف الإقليمية لقضايا المرأة من خلال حجم الاهتمام وماهية الجمهور المستهدف واتجاه المعالجة وأساليبها والأشكال الصحفية المستخدمة . وذلك من أجل وصف وتحليل وتقييم الدور الذي يمكن أن تلعبه الصحافة الإقليمية في معالجة قضايا المرأة.

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ملامح معالجة الصحافة الإقليمية لقضايا المرأة ، ويتبلور هذا الهدف من خلال عدة أهداف أساسية :

١ – التعرف على حجم اهتمام الصحف الإقليمية بقضايا المرأة من حيث الحجم الكمي للمواد الصحفية المنشورة ، وموقع النشر ، والمساحة ، ووسائل الإبراز.

٢ – رصد القضايا والموضوعات النسائية التي يتركز حولها اهتمام الصحف الإقليمية .

٣- رصد ملامح المعالجة الصحفية للقضايا والموضوعات المتعلقة بالمرأة .

٤ – الكشف عن الأهداف الرئيسية التي تنشدها الصحف الإقليمية من وراء نشر الموضوعات المتعلقة بالمرأة .

٥ -الكشف عن الأفكار والمفاهيم والتصورات التي تطرحها الصحف الإقليمية إزاء قضايا المرأة .

تساؤلات الدراسة :

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية :

١ – ما هو حجم اهتمام الصحف الإقليمية بقضايا المرأة ؟

٢ – ما هي القضايا والموضوعات النسائية التي تهتم بها الصحف الإقليمية؟

٣- ما هي الفئات النسائية التي تكرر الحديث عنها في الصحف الإقليمية وما مدى اهتمام تلك الصحف بالمرأة الريفية ؟

٤ – ما هو اتجاه المضمون الذي تطرحه الصحف الإقليمية إزاء قضايا المرأة؟

٥- ما هي القوالب والأشكال الصحفية التي تستخدمها الصحف الإقليمية في معالجة قضايا المرأة ؟

٦- ما هي الأساليب الفنية والإقناعية التي تستخدمها الصحف الإقليمية في إطار طرحها لقضايا المرأة ؟

الإ ـار المنهجي: نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي لا تقف عند حد جمع البيانات والمعلومات والحقائق المتعلقة بمعالجة الصحف الإقليمية لقضايا المرأة، بل تسعى إلى تصنيف تلك البيانات والمعلومات وتفسيرها بهدف استخلاص نتاج ودلالات مفيدة يمكن من خلالها بلورة ملامح المعالجة الصحفية لقضايا المرأة في الصحف الإقليمية .

مناهج الدراسة :

في إطار السعي إلى تحقيق التكامل المنهجي اعتمدت الدراسة على منهجين هما:

١- منهج المسح الإعلامي : بإمكاناته في جمع وتصنيف وتحليل المعلومات والربط بينها ، وذلك من خلال مسح المضمون المتعلق بقضايا المرأة المنشورة بصحف الدراسة خلال الفترة من ١/ ١/ ٢٠٠٠ حتى ٣١/ ١٢/ ٢٠٠٠م وذلك بهدف تقييم معالجة الصحف الإقليمية لقضايا المرأة .

٢- المنهج المقارن : وقد اعتمدت عليه الباحثة كمنهج أساسي على أكثر من محور:

أ- المقارنة داخل الصحيفة الواحدة لرصد المواقف والاتجاهات المختلفة إزاء قضايا المرأة .

ب-المقارنة بين صحف الدراسة الخمس (صوت سوهاج ، صوت المنيا ، صوت أسيوط ، أخبار أسيوط ، أخبار سوهاج) من حيث حجم الاهتمام والمعالجة الصحفية لقضايا المرآة .

أدوات الدراسة :

للحصول على بيانات على درجة عالية من الدقة العلمية اعتمدت الباحثة على تحليل المضمون كأدلة بحثية توفر درجة عالية من الضبط الكمي في وصف المضمون ويسهم مع المقارنة في الاستدلال وتفسير وتقييم الظاهرة المدروسة .

أساليب التحليل :

جمعت الدراسة بين أسلوب التحليل الكمي والكيفي لتحقيق شمولية البحث العلمي وتحقيق مستوى أكبر من الصدق المنهجي الذي يدعم نتائج التحليل الكمي، حيث يساعد التحليل الكمي في توفير درجة عالية من الضبط الكمي ويقلل من أخطاء التحيز، أما الأسلوب الكيفي فقد استخدمته الباحثة في التفسير والاستدلال .

الإطار الإجرائي :

١- تحديد مجتمع الدراسة (الإ ـار الصحفي للدراسة) :

وقع اختيار الباحثة على صحف (صوت سوهاج ، صوت المنيا، صوت أسيوط، أخبار أسيوط ، أخبار سوهاج) كعينة ممثلة للصحافة الإقليمية للأسباب التالية:

- أن هذه الصحف تصدر وتعبر عن قطعة شاسعة من أرض الوطن وهي إقليم الصعيد، حيث تصدر صحيفة صوت المنيا في إقليم شمال الصعيد، وتعبر صحيفتا صوث أسيوط ، وأخبار أسيوط عن وسط الصعيد، أما صحيفتا صوت سوهاج وأخبار سوهاج فتصدران في جنوب الصعيد.

- أن هذه الصحف تمثل الصحف الإقليمية بشتى اتجاهاتها (الحكومية والحزبية والمستقلة فتعبر كل من صوت المنيا، التي تصدر عن ديوان عام محافظة المنيا ، وصوت سوهاج الصادرة عن المجلس المحلى للثقافة بسوهاج عن الاتجاه الرسمي.

- وتعبر صوت أسيوط عن الصحف الحزبية حيث تصدرها أمانة الحزب الوطني بأسيوط ، أما صحيفتا أخبار أسيوط وأخبار سوهاج فتمثلان الصحافة الخاصة .

الإطار الزمني للدراسة :

تمثل الفترة من ١/ ١/ ٢٠٠٠ حتى ٣١/ ١٢/ ٢٠٠٠ إطارًا زمنيًا متكاملًا للدراسة وقد تم اختيار تلك الفترة للأسباب التالية :-

- في هذا العام من القانون (رقم ١ لعام ٢٠٠٠م) للأحوال الشخصية وكان هذا القانون مثار العديد من المناقشات في مجلسي الشعب والشورى وعبر وسائل الإعلام المختلفة.

- شهدت هذه الفترة إنشاء المجلس القومي للمرأة، وتشكيل لجانه الفرعية في المحافظات، وما استتبع ذلك من اهتمام متزايد بقضايا المرأة على كافة المستويات.

اختيار عينة الصحف:

- نظرًا لدورية الصدور الشهرية لصحف صوت سوهاج وصوت المنيا، وأخبار سوهاج فقد تم استخدام أسلوب الحصر الشامل في تحليل أعداد تلك الصحف.

- بالنسبة لصحيفتي صوت أسيوط، وأخبار أسيوط، ونظرا لدورية الصدور نصف الشهرية، فقد استخدمت الباحثة أسلوب العينة في اختيار أعداد الصحف التي سيتم تحليلها بطريقة العينة العشوائية المنتظمة وذلك باختيار عدد واستبعاد الذي يليه في الصدور، حتى يكون هناك اتساق في مستوى المقارنة مع باقي صحف الدراسة التي تصدر شهرية.

وبذلك بلع إجمالي أعداد الصحف (٦٠) عددًا بواقع اثني عشر عددًا من كل صحيفة.

وحدات التحليل والعدو والقياس:

تم استخدام وحدة الموضوع أو الفكرة للتحليل باعتبارها أكثر الوحدات تمشيًا مع أهداف الدراسة.

إجراء الصدق والثبات: (*)

أولا: إجراءات صدق استمارة تحليل المضمون:

إلى جانب التحقق من كل فئة من فئات الدراسة محددة تحديدًا دقيقًا،

(*) لم تستطع الباحثة العثور على صحف حزبية أخرى تمثل أحزاب المعارضة في الصعيد خلال فترة الدراسة، ولعل ذلك يرجع إلى الغياب شبه الكامل لتلك الأحزاب في إقليم الصعيد.

ولتحقيق صدق التحليل تم عرض استمارة تحليل المضمون والتعريفات الإجرائية على مجموعة من المحكمين من ذوى الخبرة والتخصص لتحديد مدى صلاحيتها وملاءمتها لأهداف الدراسة وبناء على الملاحظات التي أبديت من المحكمين قامت الباحثة بتعديل الاستمارة .

ثانيا : إجراءات الثبات :

يقصد به التأكد من استقرار فئات التحليل ووحداته وإمكانية استخدامها في التوصل إلى نفس النتائج مهما اختلف القائمون بالتحليل أو اختلفت الفترة الزمنية لإجرائه(٣٨) وقد تم تحقيق الثبات من خلال :

الاتساق الزمني : قامت الباحثة بتعليل عينة من مادة الدراسة وبعد مرور عشرين يومًا قامت الباحثة بتعليل العينة نفسها مرة أخرى ومن مقارنة النتائج التي تم التوصل إليها وجدت أن نسبة ثبات النتائج بين الفترتين تتراوح بين ٨٧٪ ، ٩٠٪ وهى نسبة مقبولة .

المفاهيم والمصطلحات: من الأمور الضرورية في البحث العلمي تحديد المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في الدراسة .

الصحافة الإقليمية : تتعدد وتتنوع المفاهيم والتعريفات المتعلقة بالصحافة الإقليمية، فيرى البعض أن الصحافة الإقليمية هي: ((الدوريات العامة التي تصدر في أقاليم الجمهورية ، فيما عدا العاصمة السياسية للبلاد وتكون موجهة لمواطني الإقليم الذي تصدر في أقاليم الجمهورية، فيما عدا العاصمة السياسية للبلاد وتكون موجهة لمواطني الإقليم الذي تصدر وتوزع فيه))(٣٩) .

وترى الباحثة طبقا لأهداف البحث أن الصحف الإقليمية يقصد بها : تلك الدوريات المطبوعة التي تصدر وتوزع في نطاق الأقاليم والمحافظات وتنشر مضمونا يتصل بقضايا وموضوعات وأحداث وأنشطة ومشكلات جماهير الإقليم الذي تصدر وتوزع فيه .

نتائج الدراسة التحليلية

أولا : حجم اهتمام الصحف الإقليمية بقضايا المرأة :

جدول رقم (١)

حجم المواد الصحفية المنشورة في الصحف الإقليمية حول قضايا المرأة

الصحف	التكرار	النسبة المئوية
صوت سوهاج	١٤٨	٢٨.٣
صوت المنيا	٧٠	١٣.٤
صوت أسيوط	١٥٧	٣٠
أخبار أسيوط	٩٨	١٧.٧
أخبار سوهاج	٥٠	٩.٦
المجموع	٥٢٣	١٠٠

تباين حجم اهتمام الصحف الإقليمية بقضايا المرأة فوقفًا للجدول رقم (١) بلغ إجمالي المواد الصحفية المنشورة في الصحف موضوع الدراسة مجتمعة (٥٢٣) مادة ، وقد كانت صحيفة صوت أسيوط أكثر الصحف الإقليمية اهتمامًا بقضايا المرأة ، حيث بلغ إجمالي ما نشرته خلال فترة الدراسة (١٥٧) مادة صحفية أي ٣٠٪ من إجمالي المواد المتعلقة بالمرأة والمنشورة في الصحف الإقليمية موضع الدراسة وتلتها صحيفة صوت سوهاج (١٤٨ مادة صحفية) بنسبة ٢٨.٣٪ ثم أخبار أسيوط (٩٨ مادة صحفية) بنسبة (١٨.٧٪) ، ثم صوت المنيا (٧٠ مادة صحفية) بنسبة (١٣.٤٪) وأخيرًا أخبار سوهاج (٥٠ مادة صحفية) بنسبة (٩.٦٪).

ولعل تخصيص باب للمرأة في صحيفتي صوت سوهاج وصوت أسيوط يتم من خلاله تناول قضايا المرأة المختلفة كان سببًا في ارتفاع نسبة قضايا المرأة في هاتين الصحيفتين.

حجم المواد الصحفية المنشورة في الصحف الإقليمية حول قضايا المرأة

جدول رقم (٢)

حجم المواد الصحفية في الصحف الإقليمية حول الفئات الرئيسية لقضايا المرأة

الصحف / القضايا	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
اجتماعية	٣٥	٢٣,٦	١٣	١٨,٦	٥٥	٣٥	١٦	١٦,٣	١١	٢٢	١٣٠	٢٤,٩
سياسية	٩	٦,١	٨	١١,٤	٧	٤,٥	٨	٨,٢	٩	١٨	٤١	٧,٨
ثقافية	٢٩	١٩,٦	١٢	١٧,١	٣١	١٩,٧	٨	٨,٢	١٢	٢٤	٩٢	١٧,٦
اقتصادية	٢١	١٤,٢	٧	١٠	١٣	٨,٣	٨	٨,٢	٢	٤	٥١	٩,٨
صحية	٣٤	٢٢,٩	٥	٧,٢	١٤	٨,٩	١٠	١٠,٢	١	٢	٦٤	١٢,٢
رياضية	٣	٢	٧	١٠	٨	٥,١	٢	٢	–	–	٢٠	٣,٨
تقليدية	٤	٢,٧	١٠	١٤,٣	١٢	٧,٧	٣٦	٣٦,٧	٣	٦	٦٥	١٢,٤
الجريمة والمرأة	١٣	٨,٨	٨	١١,٤	١٧	١٠,٨	١٠	١٠,٢	١٢	٢٤	٦٠	١١,٥
المجموع	١٤٨	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٥٧	١٠٠	٩٨	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٢٣	١٠٠

جدول رقم (٣)

حجم المواد الصحفية في الصحف الإقليمية حول الفئات الفرعية لقضايا المرأة

الصحف / القضايا	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أولا : موضوعات اجتماعية	٣٥	٢٣,٨	١٣	١٨,٦	٥٥	٣٥	١٦	١٦,٣	١١	٢٢	١٣٠	٢٤,٩
- العلاقات الزوجية	١٣	٨,٨	٨	١١,٤	٢٧	١٧,٢	٥	٥,١	٤	٨	٥٧	١٠,٩
- تربية الأبناء	١٢	٨,٢	٣	٤,٢	١٧	١٠,٨	٤	٤,١	–	–	٣٦	٦,٩
- عمل المرأة	٤	٢,٧	–	–	٥	٣,٢	١	١	١	٢	١١	٢,١
- العلاقة بين الولد والبنت	١	٠,٧	–	–	١	٠,٦	٢	٢	–	–	٤	٠,٨
- قوانين الأحوال الشخصية	٩	٣,٤	٢	٢,٩	٥	٣,٢	٤	٤,١	٦	١٢	٢٢	٤,٢
ثانيًا : موضوعات سياسية	٩	٦,١	٨	١١,٤	٧	٤,٥	٨	٨,٢	٩	١٨	٤١	٧,٨
ثالثا : موضوعات ثقافية	٢٩	١٩	١٢	١٧,١	٣١	١٩,٧	٨	٨,٢	١٢	٢٤	٩٢	١٧,٦
١- تعليم المرأة	١٥	٩,٥	٤	٥,٧	٩	٥,٧	٥	٥,١	١٠	٢٠	٤٣	٨,٢
٢- نشاط ثقافي وإبداعي	١٤	٩,٥	٨	١١,٤	٢٢	١٤	٣	٣,١	٢	٤	٤٩	٩,٤
رابعا : موضوعات اقتصادية	٢١	١٤,٣	٧	١٠	١٣	٨,٣	٨	٨,٢	٢	٤	٥١	٩,٨
١- دور المرأة في الإنتاج	١٤	٩,٥	٦	٨,٦	٦	٢,٨	٥	٥,١	١	٢	٣٢	٦,١
٢- المشكلات الاقتصادية للمرأة	٧	٤,٨	١	١,٤	٧	٤,٥	٣	٣,١	١	٢	١٩	٢,٧
خامسًا : موضوعات صحية	٣٤	٢٣,٣	٥	٧,٢	١٤	٨,٩	١٠	١٠,٢	١	٢	٦٤	١٢,٢
١- الصحة الإنجابية	٣٢	٢١,٨	٤	٥,٧	٩	٥,٧	٦	٦,١	١	٢	٥٢	٩,٩
٢- المشكلات الصحية للمرأة	٢	١,٥	١	١,٤	٥	٣,٢	٤	٤,١	–	–	١٢	٢,٣
سادسًا : موضوعات رياضية	٣	٢	٧	١٠	٨	٥,١	٢	٢	–	–	٢٠	٣,٨
سابعًا : موضوعات تقليدية	٤	٢,٧	١٠	١٤,٣	١٢	٧,٧	٣٦	٢٦,٧	٣	٦	٦٥	١٢,٤
١- موضة وأزياء وتجميل	٤	٢,٧	٩	١٢,٩	١٠	٦,٤	٣٦	٢٦,٧	٣	٦	٦٢	١٢,٢
٢- طهي وأطعمة وحلويات	–	–	١	١,٤	٢	١,٢	–	–	–	–	٣	٠,٢
٣- أثاث وديكور	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
ثامنًا : المرأة والجريمة	١٣	٨,٨	٨	١١,٤	١٧	١٠,٨	١٠	١٠,٢	١٢	٢٤	٦٠	١١,٥
المجموع	١٤٨	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٥٧	١٠٠	٩٨	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٢٣	١٠٠

يتضح من الجدولين رقم ٢ ، ٣ الآتي:

- تزايد اهتمام الصحف الإقليمية بالقضايا والموضوعات ذات الطابع الاجتماعي حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٢٤.٩٪)، وفي إطار ذلك برز الاهتمام بالموضوعات المتعلقة بالأسرة ، مثل العلاقة بين الزوجين (١٠.٩٪) وتربية الأبناء (٦.٩٪) وهو ما يتفق مع ما أثبتته دراسة جيهان إهامي حيث سجلت القضايا الاجتماعية المرتبة الأولى وكانت مجالا أساسيًا لصحف الدراسة[٤٠].

- ومما يلفت الانتباه اهتمام الصحف الإقليمية بمناقشة التشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية من طلاق ونفقة وحضانة أطفال وما يتعلق بها من قوانين وبلغت نسبة تناول هذه الموضوعات في الصحف مجتمعة (٤.٢٪) من إجمالي حجم الاهتمام بقضايا المرأة وهو ما يعادل (١٦.٩٪) من إجمالي حجم الاهتمام بالقضايا الاجتماعية للمرأة ولعل ذلك يرجع إلى صدور قانون الأحوال الشخصية رقم (١) لعام ٢٠٠٠ وما تضمنه من مواد وتشريعات قانونية لعل أبرزها المادة المتعلقة «بالخلع» والتي أثارت كثيرًا من المناقشات عبر وسائل الإعلام المختلفة ومن بينها الصحف الإقليمية .

- جاء الحديث عن عمل المرأة خارج منزلها بنسبة (٢.١٪) من إجمالي حجم الاهتمام بقضايا المرأة وهو ما يعكس عدم اهتمام الصحف الإقليمية بقضية عمل المرأة بالمقارنة بالموضوعات الاجتماعية الأخرى، .كذلك موضوع العلاقة بين الولد والبنت لم يحظ بنسبة اهتمام تتعدى (٠.٨٪) ولعل الطابع الإقليمي للصحف وصدورها في مجتمع تغلب عليه العادات والتقاليد الصارمة أدى إلى عدم تناول تلك القصية مصورة مكثفة.

- يلاحظ أن هناك عدة قضايا اجتماعية أخرى وغم أهميتها لم تحظ باهتمام الصحف الإقليمية إلا في نطاق محدود جدًا مثل الزواج المبكر، خفاض الإناث ، تعدد الزوجات ، ومشاكل الميراث ، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه

دراسة عواطف عبد الرحمن وآخرين حيث بنيت أن تلك الموضوعات لم تحظ باهتمام الصحف المصرية اليومية فيما يتعلق بقضايا المرأة والتنمية[٤١] .

- في مقارنة بين صحف الدراسة جاءت صحيفة صوت أسيوط في المرتبة الأولى من حيث حجم الاهتمام بالقضايا الاجتماعية وذلك بنسبة (٣٥٪) وتلتها صوت أسيوط (٢٣.٦٪) ثم أخبار سوهاج (٢٢٪) ثم صوت المنيا (١٦.٣٪).

- جاءت الموضوعات الثقافية في المركز الثاني بنسبة (١٧.٦ ٪) وهو ما يشير إلى اهتمام الصحف الإقليمية بتعليم المرأة وتثقيفها . وفى هذا الإطار لوحظ اهتمام تلك الصحف بإبراز الأنشطة الثقافية والجوانب الإبداعية للمرأة ، حيث بلغ حجم اهتمام صحف الدراسة بهذه الجوانب (٩.٤٪) من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة من خلال تغطية الأنشطة والمعارض الفنية ومتابعة الندوات والمؤتمرات الأدبية والإبداعية إلى جانب إلقاء الضوء على بعض النماذج النسائية المتميزة في مجال الأدب والفن والإبداع ، ومن ناحية ثانية بلغت نسبة اهتمام الصحف الإقليمية بتعليم المرأة (٢. ٨٪) حيث أبرزت التفوق العلمي للمرأة من خلال متابعة أخبار الطالبات المتفوقات في المراحل التعليمية المختلفة ونشر نمازج للسيدات المتميزات علميًا .

- في الوقت الذي اهتمت فيه صحف الدراسة بإبراز النماذج المتفوقة علميا لم تحظ قضية محو أمية المرأة وتسرب الفتيات من التعليم باهتمام كاف من قبل صحف الدراسة واتسمت معالجة تلك القضية بالسطحية والمحدودية حيث اقتصرت على إبراز الجهود التي تبذلها الدولة في مجال محو أمية السيدات إلى جانب الجهود التي تبذل من قبل بعض الجمعيات الأهلية ، مع الإشارة إلى بعض العقبات التي تواجه المشروع ، ولم تطرح هذه القضية باعتبارها مشكلة ولها أبعادها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية .

- أما الموضوعات التقليدية للمرأة والتي تتعلق بالأزياء والموضة والأناقة وشؤون الطهي والديكور فلم تنل اهتمامًا كافيًا من الصحف الإقليمية ومن ثم فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (٤. ١٢٪)، ويلاحظ أن ارتفاع هذه النسبة

يرجع إلى ارتفاع نسبة الإعلانات عن محلات التجميل والأزياء في صحيفة أخبار أسيوط ، فإذا تم استبعاد نسبة الإعلانات نلاحظ أن نسبة طرح الصحف الإقليمية لهذه الموضوعات لا تتجاوز (٥. ٥٪) من إجمالي حجم اهتمامها بقضايا المرأة وهو ما يضعها في المرتبة السابعة في ترتيب قضايا الدراسة ، وهو ما يشير إلى تضاؤل اهتمام الصحف الإقليمية بهذه الموضوعات بعكس الصحف القومية والمجلات العامة والمتخصصة التي أثبتت كثير من الدراسات أن تلك الموضوعات تتصدر قائمة اهتمامها عند معالجتها لقضايا المرأة [٤٢]. وهو ما يحسب للصحف الإقليمية التي ظهرت بصورة أكثر فهما للمجتمع الذي تصدر فيه ولجمهورها المستهدف الذي لا تقع ضمن أولوية مثل هذه القضايا .

- أظهر التحليل أن الموضوعات الصحية المتعلقة بالمرأة حققت الترتيب الرابع من حيث الاهتمام بها في الصحف الإقليمية وذلك بنسبة (١٢.٢٪).وقد شكلت الموضوعات المتعلقة بالصحة الإنجابية ما يزيد على (٧٥٪) من المواد المتعلقة بصحة المرأة . وكانت صحيفة صوت سوهاج في مقدمة الصحف التي اهتمت بقضايا صحة المرأة بنسبة (٢٢.٩٪) . ويحسب لهذه الصحيفة الاهتمام بالموضوعات الصحية ليس فقط من حيث الحجم الكمي ، ولكن من حيث الكيف أيضًا ؛ حيث تنوعت الموضوعات المتعلقة بالصحة الإنجابية من عقد ندوات وتنظيم دورات للتوعية بهذا المفهوم إلى جانب التنوية عن إنشاء الوحدات والمراكز الصحية للمرأة في الريف والحضر ، وعمل لقاءات وأحاديث مع المسؤولين والمهتمين بتنظيم الأسرة للتوعية بهذه القضية مستخدمة في ذلك فنون وأنماط صحفية متنوعة. كذلك حرصت صوت سوهاج على طرح القضايا الطبية التي تعتبر جديدة على المجتمع الصعيدي وتتعارض مع العادات والتقاليد السائدة مثل الفحص الطبي قبل الزواج، والآثار الطبية السلبية لختان الإناث.

- وفي إطار الموضوعات الصحية حرصت صحف الدراسة على نشر بعض المشكلات الصحية المتعلقة بالمرأة إلى جانب بعض النصائح الطبية.

- ومن الفئات التي حظيت بقدر من الاهتمام من جانب الصحف

الإقليمية ما يتعلق ((بالمرأة والجريمة)) حيث جاءت هذه القضية في المركز الخامس بنسبة (١١.٥٪) من حجم الاهتمام الكلي بقضايا المرأة ، وهو ما يتباين مع ما أشارت إليه دراسة فاتن الطنباري من أن الصحف اهتمت بهذه القضية اهتمامًا ضئيلًا للغاية[٤٣].

- ومما يؤخذ على صحف الدراسة اهتمامها بنشر الجرائم المتعلقة بالشرف حيث بلغت نسبة نشر تلك الجرائم (٤٢٪) من إجمالي المواد المتعلقة بالمرأة والجريمة ، وعادة ما تكون قضية الجريمة وتفاصيل تصاعد الأحداث التي أدت إليها تعتمد على الإثار ة دون محاولة للتحليل أو فهم الدوافع مما يعكس صورة سلبية عن المرأة .

- أما عن الموضوعات الاقتصادية فقد حصلت على نسبة (٨. ٩٪) من الاهتمام ، حيث أشارت صحف الدراسة إلى دور المرأة في الإنتاج من خلال نشاطها الاقتصادي المتميز مع تقديم بعض النماذج الناجحة لسيدات الأعمال خاصة من الشابات ، كما أشارت الصحف إلى مجهودات الدولة لتنمية المرأة ، خاصة المرأة الريفية في إطار مشروعات الأسر المنتجة ومما يحسب للصحف الإقليمية في هذا الشأن حرصها على تشجيع المنتجات المحلية والتأكيد على الصناعات البيئية ، وحثها للشابات على الاتجاه للعمل الحر مع إبراز الناجحات منهن وإلقاء الضوء على مشروعاتهن ، وهو ما يشير إلى اهتمام الصحف الإقليمية بالجوانب التنموية في المجتمع المحلي ومحاولتها إبراز الدور الإنتاجي للمرأة في هذا المجتمع .

- من ناحية ثانية نشرت الصحف الدار سة بعض المشكلات الاقتصادية التي تعاني منها المرأة وأن كان يغلب عليها الطابع الشخصي.

- وبالنسبة لقضية مشاركة المرأة في النشاط السياسي فقد جاءت في الترتيب قبل الأخير، وبلغت نسبة اهتمام صحف الدراسة بهذه القضية (٨. ٧٪).

وفي إطار هذه القضية تعرضت صحف الدراسة لمشاركة المرأة عبر المؤسسات الحكومية ومن خلال المؤسسات شبه السياسية وقد لوحظ أن معالجة الصحف لتلك القضية اتسمت بالطابع الخيري الذي يعتمد على التغطية الصحفية للأنشطة السياسية للمرأة دون محاولة التعمق والتحليل للمشكلات التي تعوق المرأة عن ممارسة دورها السياسي. وأن هناك حرص من جانب تلك الصحف على إبراز بعض النماذج النسائية القيادية وإلقاء الضوء على تجاربهن في الحقل السياسي.

- أما الموضوعات الرياضية فقد احتلت ذيل القائمة من حيث حجم الاهتمام وذلك بنسبة (٣.٨٪) وهو ما يشير إلى عدم اهتمام الصحف الإقليمية بالرياضة النسائية ، وهي ظاهرة عامة تشمل وسائل الإعلام جميعها .

- وفى إطار الموضوعات الرياضية اهتمت صحف الدراسة بإبراز المتفوقات في الألعاب الرياضية المختلفة بالإضافة لمتابعة بعض الأنشطة والمباريات الرياضية النسائية .

ثانيًا – نوعية الجمهور المستهدف :

جدول رقم (٤)

الجمهور النسائي المستهدف (من حيث محل الإقامة)

القضايا \ الصحف	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
ريف	٥٢	٢٥,١	٢٢	٣١,٤	٣٩	٢٤,٨	٢٧	٢٧,٦	١٨	٣٦	١٥٨	٣٠,٢
حضر	٩٦	٦٤,٩	٤٨	٦٨,٦	١١٨	٧٥,٢	٧١	٧٢,٤	٣٢	٦٤	٣٦٥	٦٩,٨
المجموع	١٤٨	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٥٧	١٠٠	٩٨	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٢٣	١٠٠

جدول رقم (٥)
الجمهور النسائي المستهدف (من حيث المهنة)

الصحف / القضايا	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
المرأة بصفة عامة	٨٢	٥٥,٢	٤٥	٦٤.٣	٧٧	٤٩	٦٦	٦٧,٤	٢٢	٤٤	٢٩٢	٥٥,٨
ربة البيت	١٦	١٠,٩	٤	٥,٧	٢٧	١٧,٢	٦	٦,١	٦	١٢	٥٩	١١,٣
مرأة عاملة	٢٠	١٣,٩	٥	٧,١	١٧	١٠,٨	٦	٦,٤	٧	١٤	٥٥	١٠,٥
طالبة	١٦	١٠,٩	١٣	١٨,٦	٢٩	١٨,٥	١١	١١,٢	٧	١٤	٧٦	١٤,٥
قيادة نسائية	١٤	٩.٥	٣	٤,٢	٧	٤,٥	٩	٩,٢	٨	١٦	٤١	٧.٨
المجموع	١٤٨	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٥٧	١٠٠	٩٨	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٢٣	١٠٠

- يوضح الجدولان (٤)، (٥) تنوع الجمهور النسائي الذي استهدفته الصحف الإقليمية موضع الدراسة في طرح القضايا المتعلقة بالمرأة، فيعكس الجدول رقم (٤) أن معظم الموضوعات كانت موجهة للمرأة في الحضر وذلك بنسبة (٦٤.٩٪) في مقابل (٣٥.١٪) موجهة للمرأة في الريف وهو ما يعكس اهتمام الصحف الإقليمية بالمرأة الحضرية على حساب المرأة الريفية، وهو ما يؤخذ على تلك الصحف التي تصدر في الأقاليم في مجتمع يغلب عليه الطابع الريفي، وتشكل المرأة الريفية نسبة كبيرة من سكانه وهذه النتيجة تتفق مع ما أثبتته كثير من الدراسات[٤٤].

- وإذا كان المبرر هو زيادة نسبة الأمية بين قطاع النساء في الريف، فإن الاهتمام بالمرأة الريفية يمكن تحقيقه من خلال الحديث عن المرأة الريفية وليس إليها، وذلك من خلال تبني قضاياها وطرح مشكلاتها أمام المسؤولين إلى

جانب إبراز النماذج الإيجابية والناجحة ، من ناحية أخرى يمكن القول: إنه مع انتشار التعليم عبر المدارس والمعاهد والجامعة الإقليمية ازدادت نسبة المتعلمات في القرى والمراكز ومن ثم أصبح هذا المبرر واهيًا ولا يمكن الاستناد إليه بشكل أساسي.

- أما الجدول رقم (٥) فيوضح أن الموضوعات المتعلقة بالمرأة في الصحف الإقليمية استهدفت في معظمها المرأة بصفة عامة وذلك بنسبة (٥٥.٨٪) ، واحتلت الطالبات الترتيب الثاني بنسبة (١٤.٥٪) ، وتلتها ربة البيت في الترتيب الثالث بنسبة (١١.٣٪) ثم المرأة العاملة في الترتيب الرابع بنسبة (١٠.٥٪) ثم القيادة النسائية في الترتيب الأخير بنسبة (٧.٨٪) وهو ما يشير إلى اهتمام الصحف الإقليمية بالأدوار التقليدية للمرأة كزوجة وأم ، وإهمالها إلى حد كبير دور المرأة كمواطنة عاملة وكقيادة تساهم في بناء مجتمعها وتشارك في صنع القرار فيه ، وهذه النتيجة تتفق مع كثير من الدراسات التي أجريت في هذا المجال(٤٥).

- من ناحية أخرى لعل انتشار المدارس والجامعات في المحافظات التي تصدر بها صحف الدراسة وإقبال الفتيات على التعليم بشتى أنواعه ومراحله، وظهور كثير من النماذج المتفوقة ، كان سببًا في اهتمام صحف الدراسة بالموضوعات التي تتعلق بالطالبات.

ثالثًا : اتجاهات الصحف الإقليمية إزاء قضايا المرأة

جدول رقم (٦)

اتجاه المواد الصحفية المنشورة في الصحف الإقليمية إزاء قضايا المراة

الصحف / القضايا	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مؤيد	٧٤	٥٠,٢	٤٠	٥٧,١	٨٢	٥٢,٢	٥٧	٥٨,٢	٩	١٨	٢٦٢	٥٠,١
معارض	١٨	١٢,٢	٩	١٢,٩	٣٤	٢١,٧	٩	٩,٢	٢٠	٤٠	٩٠	١٧,٢
غير واضح	٥٦	٣٧,٤	٢١	٣٠	٤١	٢٦,١	٣٢	٣٢,٦	٢١	٤٢	١٧١	٣٢,٧
المجموع	١٤٨	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٥٧	١٠٠	٩٨	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٢٣	١٠٠

يتضح من الجدول رقم (٦) ارتفاع نسبة الاتجاهات المؤيدة لقضايا المرأة (٥٠.١٪) في الصحف الإقليمية عن نسبة الاتجاهات المعارضة (١٧.٢٪) بينما بلغت نسبة الاتجاهات غير الواضحة (٣٠.٦٪) مما يعكس ميل الصحف الإقليمية إلى اتخاذ مواقف محددة من قضايا المرأة المطروحة إما مؤيدة أو معارضة. وذلك طبقًا لطبيعة تلك القضايا وسياسة الصحف وتوجهاتها. وقد لوحظ ارتفاع نسبة الاتجاهات غير الواضحة في الصحف التي كانت أكثر استخدامًا لنمط الخبر في معالجة قضايا المرأة (انظر الجدول رقم ١٠) ولعل ذلك يرجع إلى أن حجم الخبر وصياغته لا توفر الفرصة لبلورة اتجاه الصحيفة إزاء القضية.

جدول رقم (٧) اتجاه المواد الصحفية المنشورة فى الصحف الإقليمية ازاء الفئات الرئيسية لقضايا المرأة

الصحف / الاتجاهات / الفئات	صوت سوهاج			صوت المنيا			صوت أسيوط			أخبار أسيوط			أخبار سوهاج			المجموع		
	مؤيد	معارض	غير واضح	مؤيد	معارض	غير واضح	مؤيد	معارض	غير واضح	مؤيد	معارض	غير واضح	مؤيد	معارض	غير واضح	مؤيد	معارض	غير واضح
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
اجتماعية	٦٥,٨	١٧,١	١٧,١	٧٦,٩	١٥,٤	٧,٧	٤٩,١	٢٧,٣	٢٣,٦	٥٠	١٢,٥	٣٧,٥	-	٦٣,٥	٣٦,٥	٥٢,٣	٢٤,٦	٢٣,١
سياسية	٦٦,٧	-	٣٣,٣	٦٢,٥	-	٣٧,٥	٧١,٤	١٤,٣	١٤,٣	٧٥	-	٢٥	-	٣٣,٣	٦٦,٧	٥٣,٧	٩,٨	٣٦,١
ثقافية	٦٧,٩	٧,١	٢٥	٩١,٧	-	٨,٣	٧٧,٤	٣,٢	١٩,٤	٥٠	١٢,٥	٣٧,٥	٦٦,٧	٢٥	٨,٣	٧١,٧	٧,٦	٢٠,٧
اقتصادية	٥٧,١	-	٤٢,٩	٤٢,٩	-	٥٧,١	٨٤,٦	-	١٥,٤	٣٧,٥	-	٦٢,٥	١٠٠	-	-	٦٠,٨	-	٣٩,٢
صحية	٢٥,٣	٢,٩	٦١,٨	٤٠	-	٦٠	٤٢,٩	-	٥٧,١	٢٠	٢٠	٦٠	-	-	١٠٠	٢٤,٤	٤,٧	٦٠,٩
رياضية	٣٣,٣	-	٦٦,٧	٧١,٤	-	٢٨,٦	٦٢,٥	-	٣٧,٥	١٠٠	-	-	-	-	-	٦٥	-	٣٥
تقليدية	٢٥	٧٥	-	٦٠	٢٠	٢٠	١٦,٧	٦٦,٦	١٦,٧	١٠٠	-	-	-	٣٣,٣	٦٦,٧	٦٩,٢	١٦,٩	١٣,٩
جرائم	-	٦٩,٢	٣٠,٨	-	٦٢,٥	٣٧,٥	١١,٨	٥٢,٩	٢٥,٣	١٠	٣٠	٦٠	-	٥٨,٣	٤١,٧	٥	٥٥	٤٠
المجموع	٥٠,٣	١٢,٣	٣٧,٤	٥٧,١	١٢,٩	٣٠	٥٢,٢	٢١,٧	٢٦,١	٥٨,٢	٩,٢	٣٢,٦	١٨	٤٠	٤٢			

- يوضح الجدول رقم (٧) ارتفاع نسبة التأييد للقضايا الاجتماعية المتعلقة بالمرأة في الصحف الإقليمية مجتمعة حيث بلغت (٣.٤٥٢٪) مقابل (٦.٢٤٪) اتجاه معارض، ٢٣.١٪ نسبة الاتجاه غير الواضح.

- وكانت من أكثر القضايا الاجتماعية التي نالت تأييدًا من جانب صحف الدراسة ما يتعلق بالعلاقات الأسرية وتربية الأبناء، حيث دعت صوت المنيا إلى الترابط بين أفراد الأسرة، وأن تعتبر الأم رسالتها الأولى تنشئة أبنائها على أحسن ما يكون، فهم ثروتها الحقيقية [٤٦] وأكدت أخبار أسيوط على ضرورة طاعة الزوجة لزوجها [٤٧] وجعلت ذلك من مواصفات الزوجة الصالحة [٤٨].

- وأشارت صوت أسيوط إلى العلاقة الحميمة بين الزوجين وأثرها على التنشئة السليمة للطفل [٤٩] وأكدت صوت سوهاج على المعاني نفسها [٥٠].

- ومن القضايا الاجتماعية التي أثارت العديد من المناقشات وتباينت فيها اتجاهات صحف الدراسة بين التأييد والرفض ما يتعلق بالتشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية وخاصة المادة المتعلقة بحق الخلع للمرأة، بل اتسمت الاتجاهات بالتناقض أحيانًا بالنسبة للصحيفة الواحدة، فنجد صوت أسيوط تؤكد «أن الخلع حق من حقوق المرأة في الشريعة الإسلامية يقابله حق الطلاق. والخلع في صالح الأسرة [٥١]. ولكنها في موضع آخر تنشر كاريكاتيرًا يعكس صورة سلبية وتعنتًا من جانب المرأة في استخدام هذا الحق [٥٢].

- وأيدت صوت المنيا حق الخلع «لأنه من شأنه إحداث توازن في العلاقة الزوجية [٥٣].

- أما صوت سوهاج فقد كان تأييدها لهذا الحق محفوفًا بالتحفظات حيث ذكرت «أن الخلع يضمن حق المرأة ولكنه سلاح ذو حدين فعلى المرأة التريث قبل استخدام هذا الحق [٥٤].

- ورأت أخبار أسيوط أن الخلع حق شرعي للمرأة وهو حماية للرجل من أكياس البلاستيك [٥٥].

- أما أخبار سوهاج فقد عارضت هذا الحق واعتبرته وسيلة في سد الزوجة لتبديل الأزواج [٥٦].

اتجاهات الصحف الإقليمية إزاء الموضوعات السياسية المتعلقة بالمرأة:

- يوضح الجدول رقم (٧) ارتفاع نسبة الاتجاهات المؤيدة لممارسة المرأة العمل السياسي حيث بلغت (٥٣.٧٪) بينما بلغت نسبة الاتجاهات المعارضة (٩.٨٪) وغير الواضحة (٣٦.٥٪) وهو ما يعكس رغبة من جانب الصحف الإقليمية في توسيع نطاق المشاركة السياسية للمرأة ، وفي إطار ذلك أشارت صوت سوهاج إلى أسباب تقلص المشاركة السياسية للمرأة السوهاجية[٥٧] وطالبت بضرورة التغيير ووضع الخطوات والأسس التي تصحح وضع المرأة السياسي[٥٨] .

- كما دعت صوت المنيا المرأة لأن يكون لها دور متميز في المجتمع ، وأن تعبر عن رأيها وتشارك سياسيًا[٦٠] .

- في حين كان لأخبار سوهاج اتجاهٌ معارضٌ حيث انتقدت ترشيح بعض السيدات في انتخابات مجلس الشعب متسائلة هل المجتمع السوهاجي يقبل وجود امرأة كنائبة تحمل اسمه ؟ وهل خلا هذا المجتمع من الرجال القادرين على تحمل المسؤولية والدفاع بشرف وأمانة عن الجماهير[٦١] .

- وكان الرد على تلك التساؤلات عمليا من جانب المجتمع السوهاجي، حيث فازت السيدة ناريمان الدرملي في انتخابات مجلس الشعب - من الجولة الأولى - وبفارق كبير عن الرجال المنافسين .

اتجاهات الصحف الإقليمية إزاء القضايا الثقافية للمرأة:

- يوضح الجدول رقم (٧) أن القضايا المتعلقة بتعليم المرأة وإبداعها قد حظيت بنسبة تأييد عالية بلغت نسبتها في صحف الدراسة مجتمعة (٧١.٧٪) في مقابل (٧.٦٪) اتجاهات معارضة ، (٢٠.٧٪) اتجاهات غير واضحة ، وهو ما يشير إلى اهتمام تلك الصحف بإبراز الجوانب الايجابية المتعلقة بتعليم المرأة وتثقيفها ونشاطها الابداعي.

- وفى مقارنة بين صحف الدراسة كانت صوت المنيا في المركز الأول بنسبة تأييد (٩١.٧٪) حيث اهتمت بالنشاط الفني والابداعي للمرأة[٦٢] ، وشاركتها الاهتمام صحيفة صوت أسيوط والتي جاءت في المركز الثاني بنسبة تأيد (١٧.٤٪) حيث حرصت على تقديم نماذج نسائية متفوقة علميا وابداعيا[٦٣] .

- أما صوت سوهاج والتي احتلت الترتيب الثالث بنسبة تأييد (٩. ٦٧٪) فقد ركزت على تعليم المرأة ومحو أميتها مع تقديم نماذج متوفقة في هذا الإطار[٦٤] .

اتجاهات الصحافة الإقليمية إزاء القضايا الاقتصادية للمرأة:

- يتضح من الجدول رقم (١) أن هناك تشجيعًا من جانب الصحف الإقليمية للمرأة على المشاركة بشكل واع وفعال في التنمية ، حيث بلغت نسبة

الاتجاهات المؤيدة في هذا الشأن (٨. ٦٠٪) في مقابل (٣٩.٢٪) اتجاهات غير واضحة وعدم وجود أية اتجاهات معارضة وهو ما يشير إلى إيمان تلك الصحف بالدور الإنتاجي للمرأة فذكرت صوت أسيوط ((أن المرأة قادرة على تغيير وجه الحياة في مصر ، وتغيير الأنماط والسلوك السائدة في المجتمع ، ودعت إلى ضرورة مساندة السيدات في تسويق منتجاتهن وعمل المعارض الداخلية والخارجية في المحافظات المختلفة[٦٥] .

- وأشادت صوت سوهاج بالدور الذي تؤديه المرأة الريفية من خلال المشروعات التنموية بالقرى[٦٦] ودعت إلى ضرورة التنسيق بين الهيئات المانحة لمشروعات المرأة الريفية ، وإنشاء هيئة مسؤولة لتطويرها وتسويقها[٦٧] .

ونوهت كل من صوت المنيا وأخبار أسيوط وأخبار سوهاج عن الأنشطة الاقتصادية للمرأة:

اتجاهات الصحف الإقليمية إزاء القضايا الصحية للمرأة:

- اتضح من الجدول رقم (٧) ارتفاع نسبة الاتجاهات المحايدة أو غير الواضحة بالنسبة للموضوعات الصحية المتعلقة بالمرأة في صحف الدراسة ، حيث بلغت النسبة مجتمعة (٩. ٦٠٪) في مقابل (٤.٧٪) معارضة ، (٣٤.٤٪) مؤيده ولعل ذلك يرجع إلى كثرة استخدام نمط الخبر في تناول الموضوعات المتعلقة بصحة المرأة ، ولاشك أن حجم الخبر وصياغته لا توفر الفرصة لبلورة اتجاه الصحيفة. وان كانت الصحف لا تفتأ من آن لآخر أن تدعو مباشرة إلى الاهتمام بصحة المرأة ، فنجد صوت أسيوط تذكر أن ((المرأة في الريف بحاجة إلى رعاية صحية وتوعية صحية تصل إليها بسهولة ويسر وبأقل تكاليف))[٦٨] .

اتجاهات الصحف الإقليمية إزاء الموضوعات الرياضية للمرأة :

- اتضح من الجدول رقم (٧) ارتفاع نسبة الاتجاهات المساندة للرياضة النسائية في صحف الدراسة ، حيث بلغت نسبتها في الصحف مجتمعة (٦٥٪) وكانت نسبة الآراء غير الواضحة (٣٥٪) ولم تكن هناك اتجاهات معارضة وهو ما يعكس تشجيع الصحف لممارسة المرأة للرياضة ، وقد كانت صحيفة أخبار أسيوط في مقدمة الصحف التي أيدت الأنشطة الرياضية النسائية (١٠٠٪) حيث أشادت بدور مراكز الشباب في تشجيع الفتيات على ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة - وخاصة في القرى - واعتبرت ذلك محاولة لكسر جمود التقاليد البالية[٦٩] .

- وحرصت كل من صوت المنيا وصوت أسيوط على تأييد الأنشطة الرياضية للفتيات وإبراز النماذج الناجحة من الفتيات ، فأشادت صوت أسيوط بتفوق بنات رفع الأثقال حيث أصبحن صورة مشرفة لمصر في المحافل الرياضية الدولية[٧٠] .

اتجاهات الصحف الإقليمية إزاء القضايا التقليدية للمرأة:

- يوضح الجدول رقم (٧) موقف الصحف الإقليمية من القضايا التقليدية للمرأة والتي تتعلق بالأزياء والتجميل والديكور والطهي وغير ذلك ، وقد أوضح الجدول ارتفاع نسبة التأييد بشكل عام لهذه القضية من جانب صحف الدراسة بنسبة (٢. ٦٩٪) في مقابل (٩. ١٣ ٪) اتجاه معارض ، ولعل ارتفاع نسبة التأييد ترجع إلى ارتفاع نسبة الإعلانات عن محلات التجميل والأزياء، وقد سجلت صحيفة أسيوط أعلى نسبة تأييد (١٠٠٪) ، ويرجع ذلك لاستئثارها بنسبة (١ .٧٧٪) من تلك الإعلانات.

- وفي المقابل نلاحظ أن كلا من صوت أسيوط وصوت سوهاج وقد ندرت فيهما الإعلانات عن محلات الأزياء والتجميل - ترتفع فيهما نسبة الآراء المعارضة للموضوعات التقليدية ، حيث بلغت في صوت سوهاج (٧٩٪) مقابل (٢٥٪) اتجاهات مؤيدة. وفي صوت أسيوط (٦٦.٧٪) اتجاهات معارضة مقابل (١٦.٧٪) اتجاهات مؤيدة.

-وفى هذا الإطار استنكرت صوت سوهاج زى «الاستريش» بقولها: ((ظهر اليوم في مجتمعنا ما لا يرضى عنه الدين ولا قيم المجتمع ورأيناه منتشرًا بين فتياتنا وأبائنا، ذلك الزى الكاسي العاري الفاضح لحرمة جسد المرأة ، المنتهك

لوقارها واحترامها لنفسها ألا وهو الاستريتش الذي ترتديه بلا مبالاة كثير جدًا من الفتيات.(٧١)

وتنتهج صوت أسيوط الاتجاه نفسه حيث انتقدت في كثير من المواقع ارتداء البنطلون الضيق الذي يظهر مفاتن الجسد بشكل مثير ومقزز حيث يلتصق بجسد الفتاة ناهيك عن المكياج الذي أصبح السمة الأساسية لكل الفتيات وجميع الأعمار(٧٢) .

– وسخرت فن الكاريكاتير للسخرية من الملابس الضيقة للسيدات وخاصة البنطلون(٧٣) . ولعل صدور تلك الصحف في مجتمع تسوده عادات وتقاليد صارمة تفرض على المرأة سياجًا من الاحتشام وعدم التبرج مما جعل تلك الصحف تنتهج هذا الاتجاه.

اتجاه الصحف الإقليمية إزاء المرأة والجريمة :

– يوضح الجدول رقم (٧) أن [illegible] رائم المرأة، حيث بلغت نسبة الاتجاها[illegible] المعارضة [illegible] ٪) في مقابل (٥٪) فقط نسبة التأييد [illegible] عرض تلك [illegible] والأسباب التي [illegible] إلى تلك الجرائم.

رابعًا : وظيفة المواد الصحفية المتعلقة بقضايا المرأة

جدول رقم (٨)

وظيفة المواد الصحفية المتعلقة بقضايا المرأة في الصحف الإقليمية

الصحف / الوظيفة	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
تسجيل الأحداث	٩٠	٤٦,٨	٣٨	٤٤,٧	٧٢	٣٦,٩	٣٣	٢٨,٩	٣١	٥٩,٦	٢٦٤	٤١,٤
تثقيف وتوعية	٣١	١٦,٢	١٠	١١,٨	٣٠	١٥,٤	٢٢	١٩,٢	٣	٥,٨	٩٦	١٥,١
نقد وتغيير	٢٦	١٣,٧	٩	١٠,٦	٣٩	٢٠	١٠	٨,٨	١٦	٣٠,٨	١٠٠	١٥,٧
توجيه مباشر	٤٤	٢٣,٢	٢٨	٣٢,٩	٥٤	٢٧,٧	٤٩	٤٣	٢	٣,٨	١٧٧	٢٧,٨
المجموع	١٩١	١٠٠	٨٥	١٠٠	١٩٥	١٠٠	١١٤	١٠٠	٥٢	١٠٠	٦٣٧	١٠٠

- يشير جدول رقم (٨) إلى أن وظيفة تسجيل الأحداث كانت في مقدمة الوظائف التي عكستها معالجة الصحف الإقليمية لقضايا المرأة ، وذلك بنسبة (٤١.٤٪) ولعل ذلك يرجع إلى تعدد الأحداث المرتبطة بالمرأة وقضاياها خلال فترة الدراسة مثل صدور قانون الأحوال الشخصية الجديد، وإنشاء المجلس القومي للمرأة وتشكيل اللجان الإقليمية التابعة له في المحافظات ، وإجراء انتخابات مجلس الشعب ومشاركة المرأة فيها إلى جانب كثير من الأحداث المرتبطة بالأنشطة التنموية والثقافية والصحية للمرأة .

- جاءت وظيفة التوجيه المباشر في المرتبة الثانية بنسبة (٢٧.٨٪) وهو ما يشير إلى اهتمام الصحف الإقليمية بأداء دورها التوجيهي والارشادي إزاء المجتمع المحلي الذي تمثل المرأة ما يقرب من نصف عدد سكانه .

- أما وظيفة النقد والتغيير فقد جاءت في المركز الثالث بنسبة (١٥.٧٪)، وجاءت وظيفة التثقيف والتوعية في المرتبة الأخيرة بنسبة (١٥.١٪) وهو ما يشير إلى ميل الصحف الإقليمية إلى نقد الأوضاع والممارسات الخاطئة ، وكشف أوجه القصور والسلبيات المتعلقة بالمرأة مع القيام بدور في التوعية والتثقيف.

خامسًا : أساليب المعالجة التي استخدمتها الصحف الإقليمية في معالجة قضايا المرأة

جدول رقم (٩) أساليب المعالجة التي استخدمتها صحف الدراسة في معالجة قضايا المرأة

الصحف / الأساليب	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أسلوب منطقي												
عرض وجهتي النظر	٦	٢,٩	١	١,٢	٦	٢,٧	٥	٢,٢	٢	٥,٤	٢١	٣,٥
تقديم أدلة وبراهين	٢٢	٢١,٢	٢٠	٢٦,٦	٤١	٢٥	١٩	١٢,١	١١	١٩,٦	١٢٤	٢٠,٤
الربط بين الأسباب والنتائج	٥٤	٢٤,٨	٣٧	٢٦	٤٢	٢٥,٦	١٦	١٠,٢	٢٠	٣٥,٧	١٥٩	٢٦,٢
الاستناد لوثائق وأرقام	١٩	١٢,٢	٨	١٠,٧	١٤	٨,٥	٥	٢,٢	٦	١٠,٧	٥٢	٨,٦
أخرى	٥	٢,٢	٢	٢,٧	٥	٢	٢	١,٢	–	–	١٤	٢,٢
أسلوب عاطفي												
التحيز	١٨	١١,٦	٩	١٢	٣٩	٢٨	٣٨	٢٤,٢	١٠	١٧,٩	١١٤	١٨,٨
عدم الاستناد لأدلة وبراهين	٨	٥,٢	–	–	١	٢٥	٢٥	٢٣,٢	–	–	٤٤	٧,٢
التناقض بين الأسباب والنتائج	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
استخدام أسلوب خطابي وشعارات	١٢	٧,٧	٦	٨	٨	٣٧	٣٧	٢٣,٦	٢	٥,٤	٦٦	١٠,٩
أخرى	–	–	٢	٢,٧	٨	–	–	–	٢	٥,٤	١٢	٢,١
المجموع	١٥٥	١٠٠	٧٥	١٠٠	١٦٥	١٥٧	١٥٧	١٠٠	٥٦	١٠٠	٦٠٧	١٠٠

- يوضح الجدول رقم (٩) زيادة استخدام الصحف الإقليمية للأساليب المنطقية في معالجة قضايا المرأة حيث بلغت نسبتها في الصحف مجتمعة (٣١٪) بينما انخفضت نسبة استخدام الأساليب العاطفية إلى (٣٩٪) مما يعكس اعتماد الصحف الإقليمية على المجادلات والحجج المنطقية التي تحتاج إلى أدلة وبراهين ووثائق وأرقام وربط بين الأسباب والنتائج في تناولها لقضايا المرأة .

أ- الأساليب المنطقية :

في إطار استخدام الصحف الإقليمية للأساليب المنطقية أوضح الجدول رقم (٩) أن صحف الدراسة أكثرت من استخدام أسلوب الربط بين الأسباب والنتائج (٢٦.٢٪) والاستشهاد بأدلة وبراهين (٢٠.٤٪)، وكانت صوت المنيا أكثر الصحف استخداما لهما، في حين كانت أخبار أسيوط أقل الصحف اعتمادا عليهما.

- من ناحية أخرى تراجعت نسبة استخدام الاقتباسات (فئة أخرى (٢.٣٪)، وأسلوب عرض وجهتى النظر (٣.٥٪)

ب- الأساليب العاطفية :

- في إطار استخدام صحف الدراسة لأساليب المعالجة اتضح من الجدول رقم (٩) مدى تحيز تلك الصحف فى معالجتها لقضايا المرأة من خلال تركيزها على وجهة نظر واحدة حيث بلغت نسبة استخدامها لهذا الأسلوب (١٨.٨٪)، أيضا اكثرت الصحف من استخدام الأسلوب الخطابي والشعارات وذلك بنسبة (١٠.٩٪).

- وكانت صحيفة أخبار أسيوط أكثر الصحف استخداما لهذين الأسلوبين .

- و كانت صوت سوهاج ، وأخبار سوهاج أقل الصحف اعتمادا عليها .

- من ناحية ثانية أوضح الجدول تراجع نسبة استخدام أسلوب التعميم (فئة أخرى) (٢.١٪) وانعدم استخدام أسلوب التناقض بين الأسباب والنتائج

وهو ما يشير إلى حرص الصحف الإقليمية على استخدام أساليب تتسم بالمنطقية والاتساق في معالجتها لقضايا المرأة حتى يمكنها إقناع القراء بوجهات نظرها.

سادسًا : أنماط التحرير الصحفي المستخدمة في معالجة قضايا المرأة:

جدول رقم (١٠)

أنماط التحرير الصحفي التي استخدمتها الصحف في معالجة قضايا المرأة

الصحف / أنماط التحرير	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
خبر	٧٠	٤٧,٢	٢٤	٢٤,٢	٥١	٣٢,٥	٢٤	٣٤,٥	٢٣	١٦	١٩٢	٢٦,٧
مقال	٧	٤,٧	٢٢	٢٢,٨	٢١	١٣,٤	٦	٦,١	١	٢	٥٨	١١,١
حديث	٦	٤,١	٢	٢,٩	٤	٢,٥	٢	٢,١	١	٢	١٦	٢,١
تحقيق	٢٥	١٦,٩	٥	٧,١	١٦	١٠,٢	١٢	١٣,٢	٢	٦	٦٢	١١,٩
تقرير	١٧	١١,٥	٧	١٠	١٢	٨,٢	٤	٤,١	١٥	٢٠	٥٦	١٠,٧
بريد قراء	١٠	٦,٨	٢	٢,٩	٢٢	٢١,١	٨	٨,٢	١	٢	٥٤	١٠,٢
كاريكاتير	-	-	-	-	١٧	١٠,٨	١	١	٥	١٠	٢٢	٤,٤
إعلان	٩	٦,١	١	١,٤	١	٠,٦	٢٧	٢٧,٨	-	-	٤٨	٩,٢
أخرى	٤	٢,٧	٦	٨,٦	١	٠,٦	٢	٢	١	٢	١٤	٢,٩
المجموع	١٤٨	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٥٧	١٠٠	٩٨	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٢٣	١٠٠

- يتضح من الجدول رقم (١٠) أن الخبر جاء في مقدمة أنماط التحرير المستخدمة حيث بلغت نسبة استخدامه في الصحف مجتمعة (٢٦.٧٪) وهو ما يشير إلى اهتمام الصحف الإقليمية بمتابعة الأحداث والأنشطة المتعلقة بالمرأة.

- وقد سجل التحقيق الصحفي نسبة (١١.٩٪) واحتل المركز الثاني ،

وكانت صحيفة صوت سوهاج أكثر الصحف استخدامًا لهذا النمط.

- جاء المقال الصحفي في الترتيب الثالث بنسبة (١١.١٪) وتلاه التقرير الصحفي بنسبة (١٠.٧٪) ثم بريد القراء (١٠.٣٪) وهو ما يشير إلى اعتماد الصحف الإقليمية على أنماط التحرير الصحفي التي تقوم بالشرح والتفسير والنقد.

- قل استخدام صحف الدراسة للصور المصحوبة بتعليق (فئة أخرى) والحديث والكاريكاتير، وكانت صحيفة صوت أسيوط في مقدمة الصحف التي استخدمت فن الكاريكاتير في معالجة قضايا المرأة حيث استأثرت وحدها بنسبة (٧٤٪) من إجمال الكاريكاتير المستخدم في الصحف.

سابعًا: موقع نشر المواد الصحفية المتعلقة بقضايا المرأة:

جدول رقم (١١)

موقع نشر المواد الصحفية المتعلقة بقضايا المرأة (بالنسبة للصفحة)

الصحف / مكان النشر	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
صفحة أولى	١٧	١١،٦	٤	٥،٧	٨	٥،١	٤	٤،١	-	-	٢٢	٦،٢
صفحة أخيرة	-	-	٦	٨،٦	٥	٢،٢	١	١	-	-	١٢	٢،٢
صفحة داخلية	١٢١	٨٨،٤	٦٠	٨٥،٧	١٤٤	٩١،٧	٩٢	٩٤،٩	١٠٠	١٠٠	٤٧٨	٩١،٤
المجموع	١٤٨	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٥٧	١٠٠	٩٨	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٢٣	١٠٠

وفقًا للجدول رقم (١١) احتلت المواد الصحفية المتعلقة بالمرأة والمنشورة في الصحف الإقليمية مواقع أقل أهمية، حيث تركزت معظم تلك المواد في الصفحات الداخلية بنسبة (٩١.٤٪) في حين بلغت نسبة المواد المنشورة في الصفحة الأولى (٦.٣٪) وفي الصفحة الأخيرة (٢.٣٪).

- وقد كانت صحيفة صوت سوهاج أكثر الصحف استخدامًا للصفحة الأولى (١١.٦٪) تليها صوت المنيا (٥.٧٪)، ثم صوت أسيوط (٥.١٪)، وأخيرًا أخبار أسيوط (٤.١٪). أما أخبار سوهاج فلم تستخدم الصفحة الأولى إطلاقًا في تناول قضايا المرأة، ومع ذلك فقد لوحظ حرص هذه الصحيفة على وضع صورتين في أعلى الصفحة الأولى على الجانبين لاثنين من الممثلات مع استخدام الألوان سواء للصورتين أو العناوين المصاحبة لهما، وذلك في كل عدد من الأعداد التي خضعت للتحليل، وهي وسيلة تلجأ إليها كثير من الصحف لجذب القراء ولزيادة توزيع الصحيفة.

جدول رقم (١٢)

مواقع المواد الصحفية المتعلقة بقضايا المرأة في الصحف الإقليمية

الصحف / موقع النشر	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
صفحة أولى	١٧	١١,٥	٢٧	٣٨,٦	٦٤	٤٠,٨	٣٤	٣٤,٧	١٨	٣٦	١٦٠	٣٠,٦
صفحة أخيرة	١٣١	٨٨,٥	٤٣	٦١,٤	٩٣	٥٩,٢	٦٤	٦٥,٣	٣٢	٦٤	٣٦٣	٦٩,٤
صفحة داخلية	١٤٨	١٠٠	٧٠	١٠٠	١٥٧	١٠٠	٩٨	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٢٣	١٠٠

- بالنسبة لموقع المواد الصحفية المتعلقة بقضايا المرأة على صفحات صحف الدراسة يوضح الجدول رقم (١٢) أنها احتلت مواقع أقل أهمية حيث تركزت في النصف الأسفل من الصفحة بنسبة (٦٩.٤٪) بينما بلغت استخدام النصف العلوي (٣٠.٦٪) وهو ما يعكس درجة أقل من الاهتمام من جانب الصحف الإقليمية إزاء قضايا المرأة. وكانت أكثر الصحف استخدامًا للنصف الأسفل هي صحيفة صوت سوهاج (٨٨.٥٪) ولعل ذلك يرجع إلى أن باب المرأة والطفل كثيرًا ما كان يوجد في النصف الأسفل من الصفحة.

ثامنًا : المساحة المخصصة لقضايا المرأة في الصحف الإقليمية :

وظيفة المواد الصحفية المتعلقة بقضايا المرأة في الصحف الإقليمية

الصحف / الوظيفة	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
تسجيل الأحداث	٩٠	٤٦,٨	٢٨	٤٤,٧	٧٢	٣٦,٩	٢٢	٢٨,٩	٢١	٥٩,٦	٢٦٤	٤١,٤
تثقيف وتوعية	٢١	١٦,٢	١٠	١١,٨	٣٠	١٥,٤	٢٢	١٩,٢	٢	٥,٨	٩٦	١٥,١
نقد وتغيير	٢٦	١٣,٧	٩	١٠,٦	٣٩	٢٠	١٠	٨,٨	١٦	٣٠,٨	١٠٠	١٥,٧
توجيه مباشر	٤٤	٢٣,٢	٢٨	٢٢,٩	٥٤	٢٧,٧	٤٩	٤٣	٢	٢,٨	١٧٧	٢٧,٨
المجموع	١٩١	١٠٠	٨٥	١٠٠	١٩٥	١٠٠	١١٤	١٠٠	٥٢	١٠٠	٦٣٧	١٠٠

جدول رقم (١٣)

المساحة المخصصة لقضايا المرأة في صحف الدراسة

الصحف	المساحة المخصصة لقضايا المرأة (سم٢ / عمود)	إجمالي مساحة أعداد العينة (سم٢ /عمود)	النسبة المئوية
صوت سوهاج	١٧٠٤٤	٢٥٩٥٨٤	٦,٦
صوت المنيا	٦٦٥٨	١٧٣٠٥٦	٣,٨
صوت أسيوط	١٨٠٧٤	٢٣٩٦١٦	٧,٥
أخبار أسيوط	٩٣٤٠	١٨٤٣٢٠	٥,١
أخبار سوهاج	٦٠٨٨	٢٥٦٢٥٦	٢,٤
المجموع	٥٧٢٠٤	١١١٢٨٣٢	٥,١

جدول رقم (١٤)

المساحة المخصصة للفئات الرئيسية لقضايا المرأة في صحف الدراسة

الصحف / القضايا	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
اجتماعية	٥٩١٥	٣٤,٧	١٣٣٣	١٨,٥	٨٢٣٦	٤٥,٥	٢٧٢٠	٢٩,١	١٣٦٩	٢١,٢	١٩٢٩٩	٢٢,٩
سياسية	١٦٩٠	٩,٩	٦٩٢	١٠,٤	١٨٢٠	١٠,١	٨١٢	٨,٧	٦٣٠	١٠,٢	٥٦٤٤	٩,٩
ثقافية	٢٢٥٤	١٩,١	١٣٨٥	١٩,٢	١٨٦٠	١٠,٢	٥٧٦	٦,٢	١٩٢٠	٣١,٥	٨٨٩٥	١٥,٥
اقتصادية	١٣٥٢	٧,٩	٧٥٠	١١,٢,٢	٦٦٨	٢,٧	٤٧٢	٥,١	١٤,٨	٢,٤	٢٢٩٠	٥,٩
صحية	٣٦٣٦	١٥,٥	٥٦٠	٨,٤٠١٠	١٠٨٦	٦	١١١٦	١١,٩	٤٨	٠,٨٠	٥٤٤٦	٩,٥
رياضية	١٦٨	١	٥٧٩	٨,٧	٩٩٨	٥,٥	٢٥٦	٢,٧	-	-	١٩٩٢	٢,٥
تقليدية	٣٣٨	١,٩	٧٢٠	١٠,٨	١٤١٨	٨	١٠٠	١٠,٧	٢٩٠	٤,٨	٢٧٩٦	٦,٦
جرائم	١٦٩٠	٩,٩	٨٤٠	١٢,٦	١٩٦٨	١٠,٨	٢٣٨٨	٢٥,٦	١٧٥٦	٢٨,٨	٨٦٤٢	١٥,١
المجموع	١٧٠٤٤	١٠٠	٦٦٥٨	١٠٠	١٨٠٧٤	١٠٠	٩٣٤٠	١٠٠	٦٠٨٨	١٠٠	٥٧٢٠٤	١٠٠

- يوضح الجدول رقم (١٣) أن إجمالي المساحة المخصصة لقضايا المرأة في صحف الدراسة (٥٧٢٠٤سم^{٢}/ عمود) وهي تمثل نسبة (٥٠.١٪) من إجمالي المساحة الكلية لأعداد العينة.

- وجاءت صوت أسيوط في المرتبة الأولى بنسبة (٧.٥٪) وتلتها صوت سوهاج (٦.٦٪) ثم أخبار أسيوط (٥٠.١٪)،ثم صوت المنيا (٣.٨٪) وأخيرًا أخبار سوهاج (٢.٤٪) وفي هذا الإطار يبين الجدول رقم (١٤) أن القضايا الاجتماعية جاءت في المرتبة الأولى من حيث حجم المساحة المخصصة لها، حيث بلغت نسبة المساحة في الصحف مجتمعة (٢٣.٩٪) وجاءت القضايا الثقافية في المركز الثاني بنسبة (١٥.٥٪) ومما يلفت الانتباه أن قضية (المرأة والجريمة) احتلت المركز الثالث من حيث حجم المساحة بنسبة (١٥.١٪) ولعل ذلك يرجع إلى وقوع حادث الطالبة الجامعية (ماجدة) التي ارتكبت جريمة قتل في أسيوط ، وكانت هذه القضية مثار حديث المجتمع خلال فترة الدراسة ، وكان هناك حرص من جانب صحيفة (أخبار أسيوط) ، على متابعة تلك الحادثة وعرض

تفاصيلها ومجريات التحقيق ، ومن ثم احتلت مساحة كبيرة في صفحاتها.

- أما القضية السياسية فبالرغم من أنها احتلت المركز السابع في ترتيب القضايا من حيث حجم الاهتمام ، فإنها جاءت في المركز الرابع من حيث المساحة المخصصة لها وذلك بنسبة (٩.٩٪) وتلتها القضايا الصحية في المركز الخامس بنسبة (٩.٥٪) ثم القضايا التقليدية (٦.٦٪) ثم الموضوعات الاقتصادية (٥.٩٪) وأخيرًا المساحة المخصصة للموضوعات الرياضية (٣.٥٪).

تاسعًا : وسائل الإبراز التي استخدمتها الصحف في معالجتها لقضايا المرأة:

جدول رقم (١٥)

وسائل الإبراز التي استخدمتها الصحف في معالجتها لقضايا المرأة

الصحف / وسائل الإبراز	صوت سوهاج		صوت المنيا		صوت أسيوط		أخبار أسيوط		أخبار سوهاج		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
العناوين												
- مانشيت	١٠	٤,١	٨	٧,٦	٩	٤,٦	١٥	١٠,٥	٤	٥,٢	٤٦	٦
- ممتدة	٨٧	٢٥,٦	٤٣	٤١	٨٦	٤٣,٧	٤٤	٣٠,٨	٣٢	٤٢,٧	٢٩٢	٣٨,٢
- فرعية	١٨	٧,٤	-	-	١٢	٦,٦	٨	٥,٦	٢	٢,٧	٤١	٥,٤
صور ورسوم	٦٩	٢٨,٢	٤٠	٣٨,١	٥٣	٢٦,٩	٣٢	٢٢,٤	٢٩	٣٨,٧	٢٢٣	٢٩,٢
إطارات وبراويز	٤١	١٦,٩	٨	٧,٦	١٤	٧	٤٠	٢٨	٦	٨	١٠٩	١٤,٣
الألوان	١٩	٧,٨	٦	٥,٧	٢٢	١١,٢	٤	٢,٧	٢	٢,٧	٥٢	٦,٩
المجموع	٢٤٤	١٠٠	١٠٥	١٠٠	١٩٧	١٠٠	١٤٣	١٠٠	٧٥	١٠٠	٧٦٤	١٠٠

- يوضح الجدول رقم (١٥) أن العناوين الممتدة كانت أكثر وسائل الإبراز استخدامًا في صحف الدراسة لمعالجة قضايا المرأة حيث بلغت نسبتها (٣٨.٢٪) وجاءت الصور والرسوم في المرتبة التالية (٢٩.٢٪) ثم الإطارات والبراويز (١٤.٣٪) ثم الألوان (٦.٩٪) ثم المانشيت (٦٪) وأخيرًا العناوين الفرعية (٥.٤٪).

- ومن خلال المقارنة بين الصحف موضوع الدراسة وكذلك أخبار أسيوط أكثر الصحف استخدامًا للمانشيت (١٠.٥٪) كذلك تفوقت تلك الصحيفة في استخدام الإطارات والبراويز بنسبة (٢٨٪) مما يشير إلى ميل أخبار أسيوط إلى استخدام وسائل الإثارة الصحفية.

- وبالنسبة للصور والرسومات جاءت أخبار سوهاج في مقدمة الصحف من حيث استخدامها وذلك بنسبة (٣٨.٧٪) وقد تنوعت بين الصور الشخصية والموضوعية والرسوم التوضيحية، بينما كانت أخبار أسيوط أقل الصحف استخدامًا لها في معالجة قضايا المرأة، وذلك بنسبة (٢٢.٤٪).

- تفوقت صوت أسيوط في استخدام العناوين الممتدة (٤٣.٧٪)، كما تفوقت أيضًا في استخدام الألوان (١١.٢٪) ولعل ذلك يرجع إلى كثرة استخدامها للألوان في الرسوم الكاريكاتيرية، وهي احتلت المركز الأول في استخدام هذا الفن طبقًا للجدول رقم (١٠) في معالجة قضايا المرأة.

- بالنسبة للعناوين الفرعية تفوقت صحيفة صوت سوهاج في استخدامها بنسبة (٧.٤٪) ولعل ذلك يرجع إلى كثرة استخدامها للفنون الصحفية التي تشغل حيزًا كبيرًا مثل التحقيق الصحفي والحديث الصحفي بالإضافة للتغطيات الإخبارية المطولة التي تحتاج إلى عناوين فرعية في صياغتها.

- ويمكن القول: إن استخدام وسائل الإبراز المختلفة في المعالجة الصحفية لقضايا المرأة تخضع لعدة اعتبارات منها سياسة الصحفية والأنماط التحريرية المستخدمة.

الخاتمة

- يمكننا أن نوجز أهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل معالجات الصحف الإقليمية لقضايا المرأة في النقاط التالية:

١- تزايد حجم اهتمام الصحف الإقليمية بقضايا المرأة ذات الطابع الاجتماعي والثقافي والتنموي، بينما تراجعت نسبة الاهتمام بالقضايا التقليدية من أزياء وتجميل وديكور وهو ما يحسب للصحف الإقليمية.

٢- اتضح من الدراسة اهتمام الصحف الإقليمية بالمرأة الحضرية على حساب المرأة الريفية، وهو ما يؤخذ على تلك الصحف التي تصدر في مجتمع يغلب عليه الطابع الريفي.

٣- اتجهت المعالجة الصحفية لقضايا المرأة إلى تكوين اتجاهات إيجابية إزاء العلاقات الأسرية ، وتعليم المرأة وتفوقها العلمي والإبداعي ، كما أبدت تأييدًا واضحًا لمشاركتها على المستوى السياسي والاقتصادي ، مما يعكس تفهم تلك الصحف للدور الفعال للمرأة في تنمية المجتمع.

٤- اتجهت المعالجة الصحفية إلى تكوين اتجاهات سلبية إزاء بعض الموضوعات التقليدية من الأزياء وأدوات تجميل بما يشير إلى حرص الصحف الإقليمية على عادات وتقاليد المجتمع التي تصدر فيه ، والتي تسوده قيم صارمة، بل وتساهم هذه الصحف في تعميق تلك القيم والعادات.

٥- يمثل الدور التسجيلي الوظيفة الرئيسية لمضامين الصحف الإقليمية المتعلقة بقضايا المرأة وهو ما يشير إلى ميل تلك الصحف إلى المعالجة التقريرية وسرد الأحداث ولكنها لم تهمل دورها التوجيهي والإرشادي في معالجة بعض القضايا.

٦- اتجهت الصحف الإقليمية في معالجتها لقضايا المرأة إلى المزاوجة بين الأساليب المنطقية والأساليب العاطفية حيث زاد استخدامها للأدلة والبراهين

والربط بين الأسباب والنتائج إلى جانب اعتمادها على أسلوب عرض وجهة نظر واحدة مع استخدام الأسلوب الخطابي والشعارات.

٧- لم تطرح صحف الدراسة رؤى مستقلة من خلال تقديم حلول وبدائل للقضايا التي طرحتها والمشكلات التي تعرضت لها إذ غلب الأسلوب السردي الوصفي على الأسلوب التحليلي في معالجة قضايا المرأة.

٨- تنوعت الأنماط الصحفية المستخدمة في عرض قضايا المرأة، حيث سادت المعالجة الإخبارية للأنشطة الثقافية والصحية والسياسية للمرأة، كما تم استخدام المقال والتحقيق والتقرير وبريد القراء في معالجة القضايا الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

٩- تزايدت نسبة المساحة المخصصة للقضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية المتعلقة بالمرأة بينما تراجعت نسبة المساحة المخصصة للقضايا الرياضية والاقتصادية والتقليدية.

١٠- تزايد استخدام العناوين الممتدة والرسوم والإطارات والبراويز في الصحف الإقليمية كوسائل إبراز وعناصر تشويق في إطار معالجة قضايا المرأة على صفحاتها.

تعقيب:

وهكذا تشير نتائج الدراسة إلى أن هناك اهتمام من جانب الصحف الإقليمية بمعالجة قضايا المرأة، ومن ثم يمكن القول: إن هذه الصحف يمكن أن تسهم بدور فعال في معالجة قضايا المرأة إذا اهتمت بطرح القضايا التي تعكس الواقع الحقيقي للمرأة في المجتمع المحلي، وتبنيها لقضايا المرأة الريفية، وعرض مشكلاتها أمام صناع القرار، إلى جانب مخاطبة أبناء المجتمع الريفي والطبقة المستنيرة فيه من أجل النهوض بالمرأة مع العمل على تكوين صورة إيجابية عن المرأة في المجتمع المحلي من خلال إبراز النماذج الناجحة في كافة المجالات مستخدمة في ذلك مختلف الفنون الصحفية، مع ضرورة تقديمها لحلول وبدائل للقضايا والمشكلات المطروحة من أجل تفعيل دور المرأة في المجتمع المحلي.

المراجع

١- مارلين تادرس وآخرون ، المواطنة المنقوصة ، تهميش المرأة في مصر، القاهرة، مركز الدراسات والمعلومات القانونية لحقوق الإنسان ، ١٩٩٥ ، ص ١٣ .

٢- نادية رضوان ، دور الدواما التليفزيونية في تشكيل وعى المرأة - دراسة اجتماعية ميدانية (القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٩٧) ص ١٥ .

٣- المرجع السابق ، ص ٩٤ .

٤- عواطف عبد الرحمن وآخرون ، المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر، (القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٩) ص ١٢ .

٥- نشرة المعلومات التي تصدر عن مركز المعلومات ودعم القرار بمحافظة المنيا (م ١١٩ سبتمبر ٢٠٠٠) ص ١٤ .

٦- نشرة المعلومات التي تصدر عن مركز المعلومات ودعم القرار بمحافظة أسيوط (يناير ٢٠٠٠) ص ١٧ .

٧- نشرة المعلومات التي تصدر عن مركز المعلومات ودعم القرار بمحافظة سوهاج (يناير ٢٠٠١) ص ٢١.

٨- رفيقة سليم محمود ، المرأة المصرية - مشكلات الحاضر وتحديات المستقبل (القاهرة ، دار الأمين للنشر والتوزيع ١٩٩٧) ص ص ٥٧، ٥٨ .

٩- المرجع السابق ص ٩٣ .

١٠- نشرة المعلومات التي تصدر عن مركز المعلومات ودعم القرار بمحافظة أسيوط (ع . ١٢ ديسمبر ٢٠٠٠) ص ٤٣ .

١١- نشرة المعلومات التي تصدر عن مركز المعلومات ودعم القرار بمحافظة المنيا (سبتمبر ١٩٩٨) ص ٢٨ .

١٢- نشرة المعلومات التي تصدر عن مركز المعلومات ودعم القرار بمحافظة سوهاج (ع . ١٢ ديسمبر ٢٠٠٠) ص ٤٥ .

١٣- الانتخابات البرلمانية في مصر ١٩٩٥ - السمات - التوجهات (كتاب المحروسة ع ٢٢ابريل ١٩٩٩) ص ٧١ .

١٤- شهيدة الباز، الحركة النسائية في مصر، أعمال الندوة الفكرية المرأة العربية ط ا (القاهرة ، دار المرأة العربية للنشر ١٩٩٦)، ص ١١٠

١٥- رفيقة سليم محمود، المرأة المصرية ، مرجع سابق ص ٧٩ .

١٦- أميمة محمد عمران ، دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي دراسة ميدانية على المرأة الريفية ، بحث مقدم للمؤتمر الثاني عشر للمجلس الأفريقي لتعليم الإعلام ((الإعلام وقضايا الريف الأفريقي في عصر المعلومات)) معهد البحوث والدراسات الأفريقية ، جامعة القاهرة ١٦ -٢٠ أكتوبر ٢٠٠٠ ، ص ٢ .

١٧- الدستور المصري والقوانين الأساسية المكملة له ١٩٨٩ص ١٥ .

١٨- رفيقة سليم محمود، المرأة المصرية ، مرجع سابق ص ٣٩ .

١٩- المرجع السابق ص ٤١ .

٢٠- مؤمنة كامل في : المجلس القومي للطفولة والأمومة واللجنة القومية للمرأة ١٩٩٤م ص ١٩٤ .

٢١- اللجنة التحضيرية لمنتدى الهيئات الأهلية للمرأة ١٩٩٥ ، ص ٢٦ .

٢٢- ليلى عبد المجيد، موقع المرأة العربية على خريطة السياسات الإعلامية ، مجلة الدراسات الإعلامية ع - ٦يولية -سبتمبر ١٩٩٠ ص ١٤.

٢٣- جيهان إلهامي ، الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمي للمرأة (١٩٧٥ - ١٩٨٥) رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٨٩ م) .

٢٤- فاتن عبد الرحمن النباري، موقف الصحافة تجاه قضايا المرأة ، دراسة تحليلية لمضمون الأهرام والأخبار، والجمهورية منذ ١٩٧٥ - ١٩٧٩، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الأعلام١٩٨٦م).

٢٥- - علية عبد الرحمن السيسي، مجلة حواء دراسة نظرية وتحليلية منذ عام ١٩٥٧ حتى ١٩٧١، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الاعلام١٩٨٥م).

٢٦- نجوى كامل، الصحافة المصرية وقضايا المرأة، بالتطبيق على المؤتمر الدولي للسكان ومؤتمر المرأة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع١ اينابر ١٩٩٧ص ص ٥٣- ٩٠.

٢٧- عواطف عبد الرحمن، صورة المرأة في الصحف والمجلات العربية - دراسة حالة مصر، في كتابها : دراسات في الصحافة المصرية والعربية (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع ١٩٨١م) ص ص ٢٩- ٨٩.

٢٨- فوزية العطية، صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام - دراسة في تحليل مضمون الصحافة النسائية، التقرير النهائي (القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ١٩٨٣ م).

٢٩- عزيزة عبده سليمان، وبرامج المرأة في التليفزيون في زيادة وعى المرأة في الريف المصري، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة أسيوط، كلية الآداب بسوهاج ١٩٨٨).

٣٠- سامية سليمان رزق، صورة المرأة كما تقدمها برامج المرأة في الإذاعة الصوتية (القاهرة، مكتبة الأنجلو ١٩٨٨).

٣١- ليلى حسين السيد، وضع المرأة المصرية في الواقع الاجتماعي وفى التليفزيون بحث مقدم للمؤتمر الثاني عشر للمجلس الإفريقي لتعليم الإعلام. الإعلام وقضايا الريف الأفريقية، جامعة القاهرة ١٦ - ٢٠ أكتوبر ٢٠٠٠.

٣٢- عواطف عبد الرحمن وآخرون، المرأة المصرية والإعلام، مرجع سابق.

٣٣- عواطف عبد الرحمن، المرأة المصرية والإعلام، بين الواقع والاستجابة مجلة الدراسات الإعلامية ع ٧٥ ابريل- يونية ١٩٩٤، ص ص ٤٩ - ١١١.

٣٤- ليلى عبد المجيد، موقع المرأة المصرية على خريطة السياسات الإعلامية مرجع سابق ص ص ٥٧ – ٧٧.

35- J.A Ruggerio L.C Weston: Work opinions for women in women's Magazines communication Abstracts, Vol. 9. No, 1, March 1986.

36- Janis winship, Inside Women's Magazines, New Fetterlance , London – don, 1986.

37- Molara Oguindipi, the James of women and the Role of the Media in a New political culture in Nigeria, African Media Review . Vol., 4.1, 1990.

نقلا عن نجوى كامل ، الصحافة المصرية وقضايا المرأة ، مرجع سابق .

٣٨- محمد عمد الحميد ، تحليل المضمون في بحوث الإعلام (السعودية ، دار الشروق ١٩٨٣) ص ٢١١.

٣٩- إبراهيم عبد الله المسلمي ، الصحافة الإقليمية (القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ١٩٩٧) ص ٣٠.

٤٠- جيهان الهامي، الصحافة المصرية وقضايا المرأة ، مرجع سابق ص ٥٥٥

٤١- عواطف عبد الرحمن وآخرون ، المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر، مرجع سابق ص ص ٩٦ - ٩٧ .

٤٢- من أبرز هذه الدراسات

- عواطف عبد الرحمن وآخرون ، المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر، مرجع سابق .

- عواطف عبد الرحمن ، صورة المرأة في ، والمجلات العربية مرجع سابق .

٤٣- فاتن الطنباري، موقف • الصحافة تجاه قضايا المرأة ، مرجع سابق ص ٣٩٧ .

٤٤- من هذه الدراسات:

- جيهان إلهامي، الصحافة المصرية وقضايا المرأة ، مرجع سابق.

- علية السيسى، مجلة حواء، مرجع سابق .

- عواطف عبد الرحمن وآخرون ، المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر، مرجع سابق .

- عواطف الرحمن ، صورة المرأة في الصحف والمجلات العربية مرجع سابق .

- محمد طلال ، صورة المرأة في الإعلام العربي، لجنة المرأة العربية ، جدول أعمال الدورة العاشرة ، بحث غير منشور (تونس ، جامعة الدول العربية ١٩٨٣.

٤٥- المراجع السابقة.

٤٦- صحيفة صوت المنيا أغسطس ٢٠٠٠.

٤٧- أخبار أسيوط ، ٢٠نوفمبر ٢٠٠٠ .

٤٨- أخبار أسيوط ، ١١ يوليو ٢٠٠٠ .

٤٩- صوت أسيوط ، ديسمبر ٢٠٠٠ .

٥٠- صوت سوهاج ، نوفمبر ٢٠٠٠ .

٥١- صوت أسيوط ، ٢٣مايو ٢٠٠٠.

٥٢- صوت أسيوط ، ١٨ أبريل ٢٠٠٠.

٥٣- صوت المنيا، مارس »٢٠٠ .

٥٤- صوت سوهاج ، فبراير ٢٠٠٠

٥٥- أخبار أسيوط ، ١٥ فبراير ٢٠٠٠.

٥٦- أخبار سوهاج ، يونيو.

٥٧- صوت سوهاج ، سبتمبر ٢٠٠٠.

٥٨- صوت سوهاج ، ديسمبر ٢٠٠٠

٥٩- صوت أسيوط ، ٢١أكتوبر ٢٠٠٠.

٦٠- صوت المنيا، مايو ٢٠٠٠.

٦١- - أخبار سوهاج ، يونيو ٢٠٠٠ ، مرجع سابق .

٦٢- صوت المنيا، يناير، مارس ، يوليو ٢٠٠٠ .

٦٣- صوت أسيوط ، مايو، أغسطس، سبتمبر ٢٠٠٠.

٦٤- صوت سوهاج ، ابريل ، مايو، يوليو، نوفمبر ٢٠٠٠.

٦٥- صوت أسيوط ، ١٠ أكتوبر ٢٠٠٠ .

٦٦- صوت سوهاج ، مارس ، أكتوبر، ديسمبر ٦٧.

٦٧- صوت سوهاج ، أكتوبر ٢٠٠٠، مرجع سابق ،.

٦٨- صوت أسيوط ، ٨يوليو ٢٠٠٠ .

٦٩- أخبار أسيوط ، ٥ أغسطس ٢٠٠٠.

٧٠- صوت أسيوط ٢٦ سبتمبر ٢٠٠٠.

٧١- صوت سوهاج ، مارس ٢٠٠٠ ، مرجع سابق.

٧٢- صوت أسيوط ٢٣ مايو ٢٠٠٠ ، مرجع سابق.

٧٣- صوت أسيوط ٧ يونية ٢٠٠٠ ، ٤ يوليو ٢٠٠٠ ، ٧ نوفمبر ٢٠٠٠.

الاتجاهات الحديثة

في دراسة الصحافة النسائية

د/ نجوى كامل
أستاذ الصحافة ومدير مركز البحوث
ودراسات المرأة والإعلام
جامعة القاهرة

مشكلة الدراسة:

في إطار الاهتمام الدولي بقضايا المرأة وبمشاركتها في صياغة أنماط جديدة للحياة في المجتمعات المختلفة، وما تبعه من طرح لدور الإعلام وعلاقته بتحسين أوضاع المرأة، ازداد الاهتمام البحثي الأكاديمي والتطبيقي في شمال العالم وجنوبه بدراسات المرأة والإعلام بشكل عام ودواسات الصحافة النسائية بوجه خاص. وتصدت للقيام بهذه الدواسات المنظمات والجامعات ومراكز البحوث الدولية والقومية.

وتعني هذه الدراسة برصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في دراسات الصحافة النسائية بالتطبيق على عدد من دول الشمال هي: (الولايات المتحدة الأمريكية - المملكة المتحدة - هولندا - اليابان) وعدد من دول الجنوب ممثلة في (الصين - أوغندا - نيجيريا - المكسيك - مصر).

واعتمدت الدراسة المفهوم الشامل لدراسات الصحافة النسائية والذي لا يكتفي بدراسة المجلات النسائية وموضوعات المرأة في الصحف العامة ويتجاوز ذلك إلى دراسة المرأة الصحفية والجمهور. وقد تبنت الدراسة هذا المفهوم من خلال عمليات المسح في شبكات المعلومات (الإنترنت، الشبكة القومية لأكاديمية البحث العلمي) ومكتبات (كلية الإعلام، الجامعة الأمريكية، المجلس الأعلى للصحافة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، جامعة

الدول العربية ، مطبوعات اليونسكو) . وذلك باستخدام الكلمات المفتاح (*) (Keywords) التالية :-

Women's magazines, women's periodicals, women journalism, women's press, feminist's magazines, feminist's journalism.

وبالبحث في بطاقات الموضوع (Subject) (*)

وأكدت نتاج هذا المسرح في هذه الجهات ضرورة الأخذ بالمفهوم الشامل في دراسات الصحافة النسائية باعتباره يقدم نموذجًا متكاملا للاتجاهات الحديثة في تلك الدراسات.

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن الملامح العامة للدراسات التي أجريت عن الصحافة النسائية في عدد من دول العالم شماله وجنوبه من حيث مناطق الاهتمام الرئيسية والفرعية لهذه الدراسات في المضامين والجمهور المستهدف والقائمين بالاتصال . والمستجدات في المصطلحات العلمية المستخدمة في تناول هذه الجوانب ومجموعة الافتراضات التي تطرحها هذه [illegible] المختلفة ، والأساليب والأدوات البحثية التي تستخدمها للإجابة على التساؤلات.

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:-

١- إلى أي مدى واكبت هذه الدراسات المداخل الجديدة التي طرحتها الوثائق الدولية المعنية بالمرأة وحركات تحرير المرأة من حيث موضوعات الاهتمام والمفاهيم الحديثة في التعامل مع قضايا المرأة والإعلام.

٢- ما الأطر النظرية والمنهجية والإجرائية المستخدمة في دراسات الصحافة النسائية ودورها في إضافة أبعاد جديدة لهذه الدراسات.

٣- ما موقع دراسات الصحافة النسائية في مصر من التوجهات العالمية في هذه الدراسات.

(*) في التعامل مع شبكة الإنترنت ، والشبكة القومية لأكاديمية البحث العلمي ، ومكتبة الجامعة الأمريكية .

(*) كلية الإعلام اليونسكو . جامعة الدول العربية ، المجلس الأعلى للصحافة ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.

الجوانب المنهجية والإجرائية للدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدواسات الوصفية التي تتعدى مرحلة الرصد إلى التحليل والتفسير، وتعتمد على منهج المسح لمضمون دراسات الصحافة النسائية في فترة الدراسة ، كما تعتمد على المنهج المقارن في إطار المقارنة بين واقع هذه الدراسات من حيث مجالات الاهتمام المختلفة والبيئات المطبقة فيها، والمقارنة بينها وواقع دراسات الصحافة النسائية في مصر.

عينة الدراسة :

الفترة الزمنية : تتحدد الفترة الزمنية للدراسة في التسعينيات وذلك اتفاقًا مع التوجه المعاصر لمشكلة الدراسة وأهدافها، وتسمح هذه الفترة الممتدة من عام ١٩٩٠ إلى نهاية عام ١٩٩٧ بتوفير قدر من الدراسات التي يمكن تحليلها والخروج برؤية عامة واضحة لمحددات الاتجاه لهذه الدراسات وتطورها .

الإطار الموضوعي: ويشمل الإنتاج العلمي المنشور في مجلات علمية ودراسة في كتب محررة (*) تتناول موضوعات الصحافة النسائية بمفهومه الشامل في الفترة الزمنية للدراسة ، وفى ضوء المتاح للباحثة من هذه الدراسات .

محاور الدراسة :

في هذا الإطار المحدد زمنيًّا وموضوعيًّا، ومن خلال المسح الشامل لكافة دراسات الصحافة النسائية التي شكلت مجتمع البحث ، يمكن تقسيم الدراسة وعرض نتائجها وفق محورين رئيسيين هما:

أولا : دراسات الصحافة النسائية : الموضوعات والاتجاهات:

وتتفرع منه المحاور الفرعية التالية :

١ -مجالات الاهتمام لدراسات المضمون في الصحافة النسائية .

٢ - مجالات الاهتمام لدراسات المرأة الصحفية.

٣- مجالات الاهتمام في دراسات جمهور الصحافة النسائية .

ثانيًا : دراسات الصحافة النسائية :

الجوانب المنهجية والإجرائية.

(*) مرفق قائمة بالمجلات والكتب التي تم تحليلها في هذه الدراسة.

نتائج الدراسة

أولاً : دراسات الصحافة النسائية : الموضوعات والاتجاهات :

يهتم هذا المحور برصد أهم موضوعات واتجاهات دراسات الصحافة النسائية المعنية بالمضمون والقائم بالاتصال والجمهور وذلك من خلال عرض الملامح العامة لهذه الموضوعات والاتجاهات مجتمعة ، ثم تقديم عرضًا تفصيليًا لنتائج هذه الدراسات (مضمون وقائمات باتصال وجمهور).

الملامح العامة :

- كشفت القراءة التحليلية لدواسات الصحافة النسائية عن بروز تأثير الحركة النسوية المعروفة . Feminism في هذه الدراسات . هذه الحركة التي ظهرت للمطالبة بمساواة المرأة مع الرجل في النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية . فقد أعاد الباحثون المنتمين لهذه الحركة تصنيف مجلات المرأة إلى مجلات تقليدية هي الـ ((Women's magazines ومجلات غير تقليدية (Feminist's magazines). وقد بنوا هذا التصنيف على أن المجلات الأولى تعتمد في محتواها على الموضوعات التقليدية للمرأة والتي أطلقوا عليها (4Fs)[٢] وهي (الطعام) Food و (الأسرة) Family و (الموضة) Fashion و (الأثاث) Furniture . في حين يركز محتوى النوع الثاني من المجلات على الأهداف التي حددها أنصار الحركة النسوية (Feminists) والمتمثلة في الأجر المتساوي عن نفس العمل ، الدعم القومي لرعاية الطفولة ، الاعتراف بالحق في الحرية الجنسية ، الاعتراف القانوني بحق الإجهاض ، وإعطاء مزيد من الاهتمام لمشكلات الاغتصاب والتحرش الجنسي والعنف ضد المرأة والتمييز ضد المرأة ، والمرأة المنتمية للأقليات[٣] .

وأضافت هذه الحركة - والتي تأثرت ببعض مفاهيمها المواثيق الدولية الخاصة بالمرأة (*)مصطلحات جديدة على الأجندة البحثية لدراسات الصحافة النسائية منها (Gender)[٤] و (Gender discrimination) بمعنى التمييز على أساس النوع و (Silent speaker)[٥] ويقصد به المرأة التي لا تستطيع أن تعبر عن نفسها و (Sexual Harassment)[٦] التحرش الجنسي و (Steryo types)[٧] وغيرها.

(*) انظر على سبيل المثال: وثيقة مؤتمر السكان والتنمية عام ١٩٩٤ ، ووثيقة مؤتمر بكين عام ١٩٩٥.

وجدير بالذكر أن الباحثين الإعلاميين من دول الجنوب - بالرغم من تأثرهم بما طرحته الحركة النسائية الغربية من مفاهيم حول قضايا المرأة - إلا أن هذا التأثير يتفاوت في مداه ما بين دول الجنوب بعضها وبعض حسب الأنساق الثقافية وحجم الانفتاح على التيارات الغربية ، ومستوى التغيير الاجتماعي في تلك المجتمعات والخصوصيات الثقافية بما تمثله من قيم ضابطة.

- اهتم عدد من دراسات الصحافة النسائية بالبحث في العلاقة بين ما طرحته الحركة النسوية (Feminism) من أفكار ومفاهيم تتعلق بالمرأة والإعلام وبين ما تقدمه الصحافة النسائية من مضامين وصور بحثًا عن تأثير هذه الحركة ومدى التوافق أو الاختلاف بينهما، وأصبح أحد معايير تقييم أداء هذه الصحافة إزاء المرأة وقضاياها لدى كثير من الباحثين الغربيين هو هذا التوافق أو الاختلاف .(٨)

وطرح أيضًا في إطار العلاقة بين الحركة النسوية (Feminism) والصحافة النسائية سؤال حول تأثير الصحافة على الحركة . وهل تشكل الصحافة النسائية عاملا مساعدًا أم معوقا لها؟ وجاءت الإجابة في عدة دراسات أن الحركة النسوية نمت وتطورت دون دعم من الإعلام .(٩)

- وقد أثرت بعض مفاهيم الحركة النسوية(Feminism) على الصفحات المخصصة للمرأة في الصحافة العامة ، حيث طرح للنقاش من جانب الباحثات الـ (Feminists) أن وجوب مثل هذه الصفحات يمثل نوعًا من التمييز ضد المرأة ، ووصل الأمر ببعض الصحف مثل الواشنطن بوست إلى إلغاء صفحة المرأة بها في فترة ما تمشيًا مع توجهات الحركة النسوية في هذا الشأن .(١٠)

- انعكس الاهتمام الدولي بدور الإعلام في تحسين أوضاع المرأة وانتماء كثير من الباحثات الإعلاميات الغربيات إلى الحركة النسوية على زيادة الإنتاج البحثي الخاص بدراسات المرأة الصحفية . طرحت قائمة جديدة لموضوعات بحثية تتعلق بحجم تواجدها في الصحف وتأثير هذا التواجد في المضمون النسائي المقدم ، والمشكلات المتعلقة ببيئة العمل الصحفي الذي تعمل في إطاره، وأشكال التمييز التي تتعرض لها المرأة الصحفية ، وتكلفة هذا التمييز، والتحرش الجنسي بالصحفيات(١١) .

- كشف التحليل عن التزايد الواضح في الاهتمام بدراسات القراء من

منظور بحثي جديد يركز على التفاعل بين القارئ والنص الصحفي وذلك سعيًا لتضمين رؤية القارئ فيما يقدم من مضامين وبرز ما يسمى باتجاه التحرك نحو القارئ (The move towards the reader)(١٢) .

تم التركيز على دراسة التغيرات التي حدثت في نوعية الإشباعات التي تحققها قراءة المجلات النسائية ((التقليدية)) و ((غير التقليدية)) (١٣) .

- كشف التحليل لمجموعة دراسات الصحافة النسائية - وبصفة خاصة الدراسات الغربية - عن التوجه المتزايد نحو تبنى البحوث الجماعية المشتركة التي يقوم بها أكثر من باحث .

- تبرز دراسات دول الجنوب - التي توفرت للباحثة - عن ظهور تيار أساسي يركز على دراسة صورة المرأة في الصحافة النسائية وربط ملامح هذه الصورة بمكانة المرأة الصحفية بها من ناحية وبدور الإعلام في تنمية المرأة وزيادة مشاركتها في الحياة العامة من ناحية ثانية . وفى ضوء هذا التيار برز اتجاهان أحدهما مازال بعيدًا إلى حد ما من حيث الموضوعات عن الربط بين مضامين الصحافة النسائية وتوجهات الحركة النسوية (أوغندا - نيجيريا) . أما الاتجاه الآخر - وبحكم قربه الجغرافي والثقافي من دول الشمال (المكسيك) أو بحكم الانفتاح السياسي والاقتصادي (الصين) - اقترب أكثر من التيار السائد في دول الشمال بالربط بين دراسة مضمون الصحافة النسائية وتوجهات الحركة النسوية ومع ذلك ، فإن هذا الاتجاه قد تنبه إلى ضرورة الأخذ في الاعتبار الفروق القومية والإقليمية والفردية بين نساء العالم الأول والعالم الثالث وبين النساء الأغنياء والنساء الفقراء، وبين اهتمامات المرأة البيضاء والمرأة الملونة (١٤) .

- في مصر بدأ الاهتمام الأكاديمي بدراسات الصحافة النسائية في فترة السبعينيات من خلال التاريخ لنشأة وتطور المجلات النسائية . وفى فترة الثمانينيات وتأثرًا ببروز قضايا المرأة على المستوى الدولي، وما فرضته من تواجد على المستوى القطري الذي انعكس في الاهتمام ببحث العلاقة بين الإعلام ودوره في تنمية المرأة ، وقيام جهات بحثية عديدة في مصر بدراسات حول هذا الموضوع في الجامعات ومراكز البحوث .. إلا أن معظم هذه الدراسات شغلت في تلك الفترة بدراسة صورة المرأة (Image of Women) التي تعرض في مضمون الصحافة النسائية (مجلات متخصصة - وصفحات خاصة بالمرأة). كما عنيت بدراسة قضايا المرأة التي تعرض في هذه الصحافة(١٥). ولم تعن في هذه الفترة إلا

دراسة واحدة بالجمهور النسائي وعلاقته بالإعلام[16] واختفت من الأجندة البحثية أية دراسات عن المرأة الصحفية .

- وفى التسعينيات سجل التراث العلمي لدواسات الصحافة النسائية اهتمامًا أوضح (على قلته من الناحية الكمية) بدراسة العملية الاتصالية بمنظور تكاملي (المضمون - القائم بالاتصال والجمهور)[17] وكذلك دراسة العمالة النسائية في الصحافة المصرية ، والمعوقات التي تواجه المرأة الصحفية في عملها الصحفي[18] .

النتائج التفصيلية :

١ - مجالات الاهتمام الخاصة بموضوعات دراسات الصحافة النسائية المعنية بالمضمون :

من خلال القراءة التحليلية لـ[illegible]ـسات الصحافة النسائية المعنية بالمضمون الذي يعرض في إطار صورة المرأ[illegible] [illegible]ضاياها، يتضح أن اهتمام الباحثين توزع في [illegible] [illegible]ـحافة النسائية ، وبين دراسة [illegible]ـضمون من خلا[illegible] [illegible] (gender) والتنشئة الاجتماعية (Socialization) والأيدولوجية ([illegible]ideology) والتي كانت أكثر وضوحًا في الدراسات النقدية ، وجميعها تنتمي لاتجاهات مرتبطة بالحركة النسوية (Feminism) وأوضحت الدراسات أن كثيرًا من المناقشات تدور حول هذه المداخل في دراسات المضمون وذلك في ضوء الخلفيات الثقافية المتنوعة للباحثين . ونتيجة لذلك فإن عددًا من الباحثات المنتميات للحركة النسوية مثل نعومي وولف (Naomi Wolf) والتي يعد كتابها أسطورة الجمال (The Beauty Myth) أحد المرجعيات الأساسية للحركة النسوية في التسعينيات ، ترى أن المجلات النسائية التقليدية المعنية بأمور الموضة والأزياء والجمال ليست سوى رده تدعم الثقافة الأبوية (Patriarchial culture) من خلال مقاييس جمال محددة . وأن انشغال المرأة بجمالها الذي تروج له المجلات النسائية يعد هو السلاح الأخير في أيدي الرجال للتغلب على المرأة .[19]

وبصفة عامة فإن معظم الباحثين المنتمين للحركة النسوية يرون أن الإعلام بشكل عام والصحافة النسائية تحديدًا مسؤولون عن الصورة النمطية

التقليدية لدور كل جنس (رجل - امرأة) ومقتنعون في الوقت نفسه أن القراء لابد أن يتأثروا بهذه المضامين، والتي تشجع الرجال أن يكونوا أكثر عنف وعدوانًا ضد المرأة[٢٠].

وبالطبع فإن هذه الأفكار التي تتسم بقدر من التطرف واعتمادها على إدارة صراع (غير واقعي) بين المرأة والرجل، وسلب كل ميزة من المجلات النسائية، جعل تيارًا آخر بدأ صوته يسمع حديثًا، يطرح تساؤلا مهمًا، لماذا إذن هذه المجلات النسائية - التي توصف بالتقليدية وأنها منبع شرور عديدة - تجد إقبالا كبيرا من جمهور القراء؟ وقدم أصحاب هذا التيار الذي يسمى (Post feminism) أمثلة لهذه المجلات، بمجلة (Comopolitan) ومجلة (Glamour) التي توزع كل منها ما يزيد على مليوني نسخة ومجلة (Mademoiselle) ويقترب توزيعها من مليون وربع نسخة. وكانت الإجابة التي توصلوا إليها، أن هذه المجلات مهمة للمرأة وأن ما تقدمه من موضوعات حول الجمال والأزياء وغيرها يحقق له السعادة وأنها تمثل مجالا مهمًا لتحقيق رغبات المرأة بشكل مشروع[٢١].

واتهم هؤلاء الباحثون المعارضون لأفكار (الحركة النسوية) والقارئات من إتباع هذه الحركة (Feminists) بأن تعصبهم الفكري يجعلهم يقدمون تفسيرات تعسفية للمضامين التي يصفونها بالتقليدية.

وقد رد عدد من الباحثين الـ (Feminists) على هذه الاتهامات بطرح تساؤل آخر حول: هل زيادة توزيع المجلات النسائية تعني بالضرورة الموافقة على المضامين والصور التي تقدمها عن المرأة، وما العلاقة بين استمتاع الجمهور بهذه المضامين، والصور، والمفاهيم والأفكار التي تطرحها الحركة النسوية.. ومازالت هذه الأسئلة المطروحة دون إجابات محددة حتى الآن.

كشفت الدراسات المعنية بمضمون الصحافة النسائية أن جهود الباحثين خلال فترة الثمانينيات في دراسة صورة المرأة في وسائل الإعلام (Steryo types - images). قد وضعت عددًا من الملامح البارزة لهذه الصور منها، التركيز على المرأة الصغيرة والجميلة، المرأة المترددة، الخاضعة، التابعة، وإظهارها فقط في إطار علاقاتها بزوجها وأبنائها ورؤسائها.. كما بينت وجود تشابه ملحوظ في هذه الصور بين دول الشمال ودول الجنوب[٢٢]. وقام باحثو التسعينيات بإعادة اختبار هذه النتائج في محاولة للكشف عن تأثير المتغيرات الخاصة بظهور الوثائق الدولية المعنية بقضايا المرأة، وأيضًا الكشف عن تأثير البحوث التي صدرت في

الثمانينيات في زيادة وعى المجتمع الصحفي وتشكيل ضغوط عليه لتحسين صورة المرأة التي تعرضها الصحف وتحقيق التوازن في المجلات النسائية بين الاهتمامات التقليدية ، واهتمامات المرأة العامة ودورها في المجتمع . إلا أن دراسات المضمون والصور النمطية (Stero types) كشفت عن نتائج مغايرة – إلى درجة ما عن تلك التي توصلت إليها دراسات الثمانينيات ، ورغم التحسن النسبي في المضامين المقدمة عن المرأة ، إلا أنها من وجهة نظر هؤلاء الباحثين مازالت أقل من المستوى المطلوب .

– اهتمت عدة دراسات بالبحث في تحيز المضامين الصحفية ضد المرأة خاصة في المجال السياسي، حيث توصلت نتائجها إلى وجود تركيز على المرشح الرجل مقارنة بالمرأة ، كما تأكدت النتائج نفسها في المجال الرياضي حيث تعنى الصحافة بالرجال الرياضيين أكثر من النساء الرياضيات وكأنها ترسل رسالة إلى القارئ أن النساء اللاتي يحققن بطولات رياضية أقل أهمية من الرجال الذين يحققون هذه البطولات[٢٣] .

– برز اهتمام بدراسة مضمون المجلات النسائية التي تتوجه إلى الفتاة في سن المراهقة ، بهدف رصد الأفكار والمفاهيم التي تطرحها الحركة النسوية في هذه المجلات . وتوصلت الدراسة التي أجريت على مجلة (Seventeen) أنها على الرغم من انتمائها للمجلات التقليدية التي تعنى بالمودة والجمال إلا أنها أيضًا تتضمن بعض أفكار الحركة النسوية . كما كشفت دراستان حول القصص المنشورة في مجلات المراهقة (teen magazines) أنها تؤكد على أن العلاقة مع الرجل هي في مقدمة اهتمامات الفتاة المراهقة ، وأنها ليس عليها أن تتصرف أو تفكر أو تحل مشاكلها لأن الآخرين مسؤولين عن ذلك ، كما تدعم هذه القصص تقسيم الوظائف على أساس الجنس وتتحيز للمرأة البيضاء، (الموديل)[٢٤] .

– رصد التحليل العديد من الدراسات المعنية بتحليل مضمون الإعلانات في المجلات النسائية والخروج بملامح الصورة التي يعرضها هذا المضمون للمرأة ، وحرص بعضها على كشف أنواع الصور الإعلانية التي تنشر في المجلات النسائية التقليدية وغير التقليدية ومدى توافقها مع أهداف الحركة النسوية (Feminizm) وتوصلت إلى أن : أنصار حركة المرأة قد نجحوا في تغيير صورة المرأة في الإعلانات ولكن ليس في كل الاتجاهات ، فبينما انخفض عدد النساء اللاتي ظهرن في أدوار الأسرة داخل المنزل ، زاد عدد النساء اللاتي ظهرن

كشيء مثير أو كديكور للإعلان . وواصلت الفتيات الشابات السيطرة على الإعلانات[٢٥] .

- كشفت التحليل أن دراسات المضمون وتحليل الصورة في الصحافة النسائية في دول الجنوب - في ضوء الدراسات المتاحة - مازال يغلب عليها الطابع التقليدي، خاصة في قائمة الموضوعات المدروسة والتي تدور في معظمها حول علاقة الصحافة النسائية بتنمية المرأة ، وتحليل مضامين المجلات النسائية ودواسة صورة المرأة في الصحافة العامة والمتخصصة . وتوصلت هذه الدراسات إلي أن المجلات النسائية تدعم النظام الاجتماعي والثقافي الذي يضع المرأة في مكانة أدنى، وذلك بالتركيز على أدوارها التقليدية كزوجة وأم ، وإهمال قطاعات من النساء مثل المرأة الريفية ، والمرأة المسنة، والفتيات في سن المراهقة مما يدعم من الصورة السلبية عن المرأة وعن قدراتها في المشاركة في تنمية مجتمعاتها، وتطرح هذه الدراسات بدائل لتحسين هذه الصورة منها: الربط بين زيادة التواجد النسائي في الصحافة وبين خلق أدوار جديدة لهذه الصحف في تغيير المفاهيم المرتبطة بوضعية المرأة والاعتماد على النساء كمصادر مهمة للأخبار، بحيث يكون ما يفكر فيه النساء وما يقدمونه من آراء مادة صحفية مهمة .[٢٦]

وحرصت بعض الدراسات في دول الجنوب على تحليل مضامين المجلات النسائية التي يصدرها أنصار الحركة النسوية . وذلك بهدف بحث إستراتجياتهم لترويج فكر الحركة والأنشطة التي يقومون بها من خلال هذه المجلات ، وتوصلت دراسة أجريت في المكسيك حول هذا الموضوع أن كثيرًا ما تتعرض هذه المجلات للنقد بسبب ما تطرحه من أفكار مما يؤدي إلي تغيير سياستها التحريرية . ويتبع ذلك امتناع المدافعات عن الحركة عن قراءتها بحجة أنها تنشر آراء يمكن أن يجدها النساء في المجلات الأخرى، أو لأنها تتبنى المواقف الرسمية.[٢٧]

٢ - مجالات الاهتمام الخاصة بموضوعات دراسات الصحافة النسائية المعنية بالمرأة الصحفية:

- تعد المرأة الصحفية أحد أهم الموضوعات المطروحة في الأجندة البحثية على المستوى العالمي خاصة ما يتعلق منها بحجم العمالة الصحفية النسائية ، لذا

ظهرت عديد من الدراسات تدور موضوعاتها حول نسبة تواجد المرأة الصحفية في العمل الصحفي بشكل عام وأقسام بعينها (قسم الأخبار) بشكل خاص[٢٨].

إلا أن اتجاهًا جديدًا في دراسات المرأة الصحفية برز منذ نهاية الثمانينيات لذا يهتم كثيرًا بالتواجد الكمي للمرأة الصحفية ، ويميل إلى الاهتمام بتحليل معيشة هؤلاء الصحفيات وأنماط حياتهن تحليلا اجتماعيًا وثقافيًا . ويسعى إلى دراسة عوامل أخرى مؤثرة مثل الطبقة والعرق وتأثير الأسرة والأصدقاء وشبكة العلاقات المهنية علي المستقبل المهني للمرأة الصحفية . ويري المعنيون بهذه الدراسات أن ذلك أكثر جدوى من التركيز علي توفير المعلومات والبيانات عن عمالة المرأة في الصحافة ونسبة تمثيلها في قوة العمل الصحفي داخل المؤسسات الصحفية[٢٩].

- ومن هنا كان التساؤل الرئيسي للعديد من الدراسات يدور حول : هل زيادة مشاركة المرأة في العمل الصحفي تؤدي إلى تغيير في المضامين والسياسات وتقديم صورة أكثر واقعية عن المرأة ، خاصة مع وصول عدد من الصحفيات إلى المناصب القيادية ومن ثم زيادة تأثيرهم في إنتاج القرارات داخل المؤسسات الصحفية[٣٠].

واختلفت نتائج الدراسات التي تصدت للإجابة على هذا التساؤل ، حيث وصل أكثرها إلى أن الجهود الرامية إلي زيادة أعداد النساء الصحفيات لن تؤدى إلى تحسين صورة المرأة في المضامين المقدمة عنها، وارجعوا ذلك إلى عدة أسباب منها : أن هذه الجهود تتجاهل البنية الثقافية الأبوية التي نشأت في ظلها هؤلاء الصحفيات .[٣١] وأن النساء الصحفيات لا يستطعن التعبير بحرية عن آرائهن وخبراتهن .[٣٢] وأنهن يعملن داخل السلطة ((الذكورية)) في الصحفي التي يعملن بها . وأن الصورة السلبية التي تقدم عن المرأة في الصحافة يتم إنتاجها بواسطة النساء أنفسهن .[٣٣] وأن تغيير هذه الصورة يستلزم أن تكون الصحفيات مؤمنات بأهداف الحركة النسوية (Feminists) وأن يقتنعن بأهمية دورهن في إحداث تغييرات جذرية في المضامين والصور المقدمة عن المرأة . وانتقدت إحدى الدراسات توقعات الباحثين في أن تؤثر زيادة أعداد الصحفيات تأثيرًا ايجابيًا بحيث تقدم الصحافة صورًا أكثر إنصافًا للمرأة وأرجعت ذلك إلى أن المرأة الصحفية مضطرة للتعاون مع زملائها ، وأنها تخضع بالضرورة لنظام عمل وتراث المؤسسة الصحفية بمحدداته الاقتصادية

والقانونية والاجتماعية ، ومن ثم فهي غير قادرة على إحداث التغيير المنشود[٣٤] .

أما الاتجاه الآخر فقد تبنى فكرة أن زيادة تواجد الصحفيات يؤدي إلى تحسين الصورة التي تقدم عن المرأة ، وتطرح موضوعات جديدة[٣٥] ، وقد بررت الباحثة كاى مايلز (Kay Milles) هذه النتيجة بإجرائها دراسة مقارنة للصفحة الأولى في جريدة (نيويورك تايمز) خلال يناير وفبراير ١٩٩٤ . والصفحة الأولى للصحيفة نفسها خلال شهرين يناير و فبراير ١٩٦٤ ، بهدف التوصل إلى التغيرات التي حدثت في مضمون الصفحة . وتوصلت إلى زيادة في الموضوعات الخاصة بالمرأة عام ١٩٩٤ عنها عام١٩٦٤ وتدور هذه الموضوعات حول الخصوبة ، والعناية بكبار السن ، والتحرش الجنسي، واستغلال النساء وغيرها . . وأرجعت هذه الزيادة ونوعيتها إلى تزايد أعداد المرأة الصحفية ووصول بعضهن إلى المناصب القيادية في الصحيفة . وأكدت (مايلز) أن كثيرًا من الصحفيات فزن بجائزة بوليتزر (Pulitzer) عن موضوعات لو كن كتبنها منذ عقد أو عقدين لتم دفنهن أحياء في الصحيفة ذلك مثل موضوعات ، الاغتصاب ، وسوء معاملة الأطفال ، والعنف الموجه ضد النساء، وغيرها .

وتفسر (مايلز) هذه النتائج بأن تغير المناخ الصحفي سمح للمرأة الصحفية وبعض الصحفيين الرجال أن يشكلوا جماعات ضغط داخل صحفهم من أجل إعطاء مزيد من الاهتمام الصحفي بقضايا المرأة[٣٦] .

وأشارت جودريك (Goodrick) في دراستها عن أثر التواجد النسائي على عمق التغطية الخبرية أن المرأة الصحفية تكون أكثر حماسًا في تناول الموضوعات التي تخص المرأة[٣٧] .

-اهتمت عدة دراسات بالمعوقات المرتبطة ببيئة العمل الصحفي التي تعترض المرأة الصحفية وتقلل فرصها في إثبات ذاتها مهنيًا والوصول إلى المناصب القيادية ، كما تعرضت بعض الدراسات لأنماط التمييز ضد المرأة الذي يتخذ أشكالًا مختلفة . واتفقت غالبية هذه الدراسات على أن أبرز المشكلات التي تعاني منها المرأة الصحفية ، هي أنه لا ينظر إليها من جانب رؤسائها وزملائها بجدية ، فتظل في محاولات دائبة لإثبات وجودها وقدراتها لمجرد أنها

امرأة . وفي دراسة أجرتها الرابطة الدولية للصحفيين عام ١٩٩٢ ، وغطت ١٠ دول في أوروبا وشمال أمريكا وآسيا وأفريقيا وتوصلت فيها كات هولمان (Kate Holman) إلى أن ٦٥٪ من الصحفيين الممثلين في العينة يعتقدون أن المرأة الصحفية تفضل أن تعالج الموضوعات الخفيفية مثل الاهتمامات الإنسانية والموضوعات الاجتماعية ، وأنها غالبًا ما تبتعد عن الموضوعات الجادة مثل الاقتصاد والأخبار الخارجية [٥٨] .

ومادامت المرأة الصحفية ليست سوي امرأة في نظر البعض ، فإن فرص تعرضها للتحرش الجنسي تزداد . وقد انعكس هذا في اهتمام عدة دراسات بهذه القضية ، وتوصلت إلى أن التحرش الجنسي يمثل مشكلة كبيرة للسيدات المشتغلات في الصحف اليومية الأمريكية - كما ذكر عدد من الصحفيات – أنهن تعرضن لتجربة التحرش الجنسي عدة مرات والذي يتدرج من توجيه الألفاظ غير اللائقة إلى الاعتداء الجنسي [٣٩] .

- أما التمييز ضد المرأة الصحفية فيأخذ أشكالا متعددة كما كشفت عنه عدة دراسات منها : افتقارهن الفرصة المتساوية في مكان العمل وفي الأجر وفي الترقي مما أدى إلى ندرة وجود المرأة الصحفية في المراكز القيادية وفي بعض الأقسام ، خاصة قسم الأخبار [٤٠] ، وكشفت دراسة لشيلدرز (Childers) وآخرون عن التمييز ضد المرأة الصحفية في الأجر عن نفس الوظيفة ، أن المرأة الصحفية في الجرائد الأمريكية تتقاضي ٩٢ سنت من كل دولار يدفع لزميلها الصحفي في نفس مستوى الوظيفة .. فمتوسط دخل المرأة الصحفية عام ١٩٩١ ٢٧.٧٥٠ دولار بينما الرجال في نفس مستوى الخبرة يصل دخلهم إلى ٣٤.٨٠٨ دولار. وأكدت هذه الدراسة أن التفرقة في الأجر بين المرأة الصحفية وزميلها الرجل تزيد في الصحف المتوسطة والكبيرة عنها في الصحف الصغيرة حيث الأجر الأقل للمرأة لصالح الرجل الأقل موهبة والأقل خبرة ، كما أشارت الدراسة إلى مجال آخر من مجالات التمييز يتعلق بتحديد نوعية الوظيفة والتخصص الذي يتم علي أساس (النوع) وليس علي أساس الموهبة والخبرة [٤١]

أما دراسة ويفر (Weaver) [٤٢] عن النساء الصحفيات ، فقد أكدت أنه مع تساوي الصحفيين والصحفيات في التعليم والسن والخبرة فإن الفرق في الدخول بين الرجل والمرأة يبدأ في الانخفاض ، ولكن حجرة الأخبار مازالت تحكم بالرجال . وأثبتت عدة دراسات أخري أجريت في فترة التسعينيات

بتمويل من اليونسكو في كل من فنلندة وألمانيا ونيوزلنده وأسبانيا وتونس والولايات المتحدة عن معاناة الصحفيات في تلك البلاد من الاختلاف في الأجر عن العمل نفسه [٤٣].

وأثار التمييز ضد الصحفيات تساؤل طرحته (Childers) حول تكلفة التمييز ضد المرأة والمتمثل في: تكفلة ترك الوظيفة (employee turn over) إما للذهاب لجريدة أخرى أو العمل في مجال آخر غير الصحافة مما يؤدي إلى فقدان صحفيات ذوات خبرة وموهبة. كما أنه ونتيجة للتمييز والضغوط فإن المستمرات في العمل، سوف يكون إنتاجهن الصحفي أقل وروحهن المعنوية منخفضة ويكن أكثر تعرضًا للإصابة بالأمراض والغياب عن العمل [٤٤].

- حرصت بعض الدراسات في إطار تناولها للمعوقات التي تعترض المرأة الصحفية أن تتعرض لموضوع الدور المزدوج للمرأة الصحفية أو التعارض الذي قد نشأ بين المسؤوليات العائلية لها، وطبيعة العمل الصحفي الذي يتسم بعدم انتظام مواعيده، حيث ذكرت إحدى هذه الدراسات أن العمل الصحفي مثل عمل الأم لا ينتهي. ومع عدم اهتمام المؤسسات الصحفية بتقديم تسهيلات للعناية بالطفل مما يؤدي إلى إجبار الأم الصحفية إلى الاختيار بين مستقبلها المهني وبين مسؤولياتها نحو أطفالها مما يجعل المساواة الحقيقية بين المرأة الصحفية وزميلها مستحيلة [٤٥].

- عرضت بعض الدراسات لموضوع تأثير نوع الصحفي (رجل أو امرأة) على تغطية الموضوعات الصحفية. بهدف التعرف علي حساسية المرأة الصحفية نحو موضوعات معينة والاختلاف بينها وبين الرجل الصحفي في تغطية هذه الموضوعات. وتوصلت إلى أن المرأة الصحفية تختلف عن الصحفي الرجل في اتجاهاتها نحو أهمية موضوعي رعاية الطفل، والمساواة في الأجر. حيث كانت الصحفيات أكثر اهتمامًا بالموضوع الأول من الرجال من الناحية الكمية والنوعية، كما أنهن أقل اهتمامًا من الرجال بالموضوع الثاني من الناحية الكمية .. إلا أنهن عندما يتناولن هذا الموضوع يكن أكثر حماسًا من الرجال. وتهتم المرأة الصحفية بعناصر مختلفة في القصص الخبرية حيث تعني بالإجابة على تساؤلات لا تثير اهتمام ز ميلها الصحفي [٤٦].

- تتمثل دراسات الجنوب المعنية بالمرأة الصحفية (العينة المدروسة) في كل من نيجيريا ومصر، حيث أن باقي البحوث المنتمية إلى هذه المنطقة اكتفت

بتحليل المضامين الصحفية ولم تعن بمنتج المادة الصحفية رجلا أو امرأة . ففي نيجيريا ركزت الدراسة على الأوضاع المتردية للمرأة الصحفية وإقصائها عن مراكز صنع القرار في المؤسسات الصحفية [٤٧]، أما في مصر فقد أجريت ٤ دراسات خلال الفترة من ١٩٨٩ إلى ١٩٩٧ عن القائمات بالاتصال ، شغلت اثنتان منها ببحث علاقة القائمات بالاتصال بقضايا المرأة المقدمة في الصحافة وصورة المرأة المصرية لديهن وتصوراتهن عن كيفية مشاركة الصحافة النسائية (مجلات نسائية - وصفحات متخصصة في صحف عامة) في دمج المرأة في عملية التنمية [٤٨]، في حين عنيت الدراستان الأخرتان ببحث أوضاع المرأة الصحفية في الصحافة المصرية بالنسبة لحجم عمالتهن في الصحافة والوظائف التي يتقلدنها والمعوقات المهنية والاجتماعية والنفسية التي يتعرضن لها أثناء وبسبب مزاولتهن لمهنة الصحافة [٤٩] .

- يلاحظ أن الدراستين الأخيرتين يتفقان مع ما تطرحه الأجندة البحثية في دول الشمال من ناحية الاهتمام بالتواجد الكمي للنساء في الصحافة والمعوقات الخاصة ببيئة العمل الصحفي والظروف المجتمعية التي تعيشها المرأة الصحفية . إلا أن طبيعة المعوقات التي توصلت إليها الدراسة المصرية تختلف جذريًا في بعض جوانبها عما كشفت عنه الدراسات الغربية فيما يتعلق بالمعوقات التي تعترض المرأة الصحفية في دول الشمال ، فمشكلة مثل التحرش الجنسي والتمييز في الأجر عن نفس العمل والتي تمثل مشكلات حادة للمرأة الصحفية الغربية ، لا نجد لها نفس الحدة بالنسبة للمشكلات التي تعاني منها المرأة الصحفية المصرية .

٣- مجالات الاهتمام الخاصة بموضوعات دواسات جمهور الصحافة النسائية :

- كشف التحليل عن تأثير واضح للحركة النسوية (Feminism) على بروز الاهتمام بدراسات جمهور المجلات النسائية بين الباحثات المنتميات لهذه الحركة (Feminists) خاصة في التسعينيات . حيث يرون أن هذا النوع من الدراسات يساعدهن في رفع الوعي بين الجمهور النسائي بطبيعة المضامين المقدمة في المجلات النسائية إذ إنها من وجهة نظرهن لا تروج سوى لإبقاء النساء في مكانة متدنية . ومن ثم يستدعي هذا دراسة الجمهور، حتى يستطيع أن يتفهم المضامين التي تشكل وعيًا زائفًا وبالتالي عدم التأثر بها تنشرهن مفاهيم تدعم الثقافة الأبوية ، لذا طالبت هؤلاء الباحثات بأهمية تعليم الجمهور فهم المعاني المتضمنة داخل النصوص .

وجدير بالذكر أن موقف الباحثات الـ (Feminists) من دراسات الجمهور قد تغير كثيرًا خلال العقود الثلاثة الماضية ، ففي الستينيات والسبعينيات كان هناك إهمال ورفض بين هؤلاء الباحثات لدراسات جمهور الصحافة النسائية بحجة أن المجلات النسائية لا تنشر سوى المضامين التي تدعم بقاء المرأة في المنزل (Belly Fridan, 1963) وأنها تؤكد على صورة المرأة السلبية (Tuchaman, 1978) ومن ثم فإن القراء تتم تنشئتهم اجتماعيًا من خلال هذه المجلات ، على أن يروا الحياة وفقًا للمفاهيم والأولويات التي تتبناها هذه المجلات ، وفي ضوء ذلك فإن آراء القراء وتصوراتهم بشأن هذه المجلات معروفة مسبقًا ولا توجد حاجة إلى إجراء دراسات للتعرف عليها، وفي الثمانينيات ومع بروز ما يسمي بالثقافة الشعبية (popular culture)) واحترام فكرة استمتاع القارئ وسروره ومع ظهور ما بعد البنيوية (Post structuralism) (*) وما بعد النسوية (Post feminism) ، أصبح مطروحا الاهتمام بدراسات الجمهور. كان بدايته في إطار (الثقافة الشعبية) للتعرف علي كيف يجد القراء سعادتهم في النصوص . واضطر الباحثون الـ Feminists إلي تغيير مواقفهم من بحوث الجمهور، وشهد التسعينيات كما سبق أن ذكرنا إسهامهم في هذه الدراسات بالتركيز علي جمهور الصحافة النسائية .

- وبصفة عامة أصبح مطروحًا في دراسات الصحافة النسائية أهمية التركيز على قراء المجلات النسائية . وأخذ توقعاتهم وخبراتهم في الاعتبار (٥٠) ودراسة علاقة التفاعل بين القراء والمضمون من وجهة نظر القراء.

- كشف التحليل عن رفض عدد من الباحثين للنتائج التي توصل إليها الباحثون الـ (Feminists) في دراستهم لجمهور الصحافة النسائية ، وقد بررن ذلك بأن الصورة النخبوية والنمطية والافتراء على المجلات النسائية الذي يشكل السمة الغالبة في دراسات الـ (Feminists) قد انعكس في مستوى تقدير الجمهور النسائي لأهمية هذه المجلات ، رغم استمتاعهن بقراءة الموضوعات المنشورة فيها .

- اهتمت عدة دراسات برصد دوافع استخدام المجلات النسائية لقرائها،وتوصلت نتائجها إلى اختلاف في الإشباعات التي تحققها هذه المجلات

(*) تيار نقدي يمثل أحد فروع النظرية النقدية المعاصرة (Critical theory) ظهر في فرنسا وانتشر منها إلى عديد من الدول الغربية ويهدف إلى شرح الأبنية الثقافية والاجتماعية وعلاقتها بالنص من وجهة نظر القارئ.

وفقًا لنوعيتها وطبيعة جمهورها والبيئة التي تصدر فيه ، وأهدافها وقد رصدت احدي هذه الدراسات الإشباعات التي تتحقق من جراء استخدام المجلات النسائية الهولندية من وجهة نظر قرائها ، وقد صنفتها إلى مجلات تقيدية (Women's magazines) ومجلات تعبر عن الحركة النسوية الـ (Feminists Magazines ومجلات النميمة (Gossip Magazines) التي عدتها ضمن المجلات النسائية لأن معظم قرائها من النساء. وتوصلت إلى أن أهم الإشباعات التي تحققها المجلات التقليدية لقرائها (الراحة ، التعليم ، مل ء وقت الفراغ ، التسلية) وأن أهم أسباب القراء ة هو أن هذه المجلات لا تؤثر كثيرًا في مسؤوليات القارئة أو واجباتها ولا تؤثر في برنامج المرأة أو جدولها . كما أن هذه المجلات تعملي القارئة إحساسًا بالثقة (غالبًا غير واقعي) في قدرتها على التحكم في حياتها واستعدادها لتقبل أي مفاجآت مما يعطى شعورًا بالرضا .

وفي دراسة مجلة (Opzig) الهولندية المعبرة عن الحركة النسوية ، تم التعرض فيها لنشأة المجلة وتطوراتها وملامحها وجمهورها وخصائصها ومضامين المجلة ، وتوصلت إلى أن كثيرًا من قارئات المجلة أنكرن انتمائهن للحركة النسوية وبررت الدراسة ذلك بأن الحركة النسوية ونوادي المرأة ينظر إليها بين قطاعات عريضة من القراء على أنها حركة متطرفة وغير أخلاقية ، أما بالنسبة لقائمة الإشباعات التي تحققها هذه المجلة لقرائها، نجد أنه اختفى منها (السهولة والراحة) ليعل محلها (الحرية الفردية والشعور بالتفوق وغيرها).

ورصدت الدراسة بعض المجلات الخاصة بالتنمية وعرضت لأنواعها وتوصلت إلى أن أهم الإشباعات التي تحققها هي (امتلاك القوة ، الشعور بالانتصار..) وذلك نتيجة لما تنشره هذه المجلات من قصص وفضائح للمشهورين والعائلات الملكية [٥٢] .

- وفي هذا الإطار أجريت دراستان عن قراء المجلات النسائية اليابانية هدفت الأولى إلى التعرف على الإشباعات التي تحققها مجلة (Katei Gaho) وترجمتها بالإنجليزية (House Hold Graohics) والمتخصصة بأمور الطهي والديكور وتتوجه إلى جمهور من النساء الناضجات القادرات ماديًا .

وتوصلت الدراسة إلى أن أهمية المجلة بالنسبة لقرائها تنبع من استمتاع المرأة بما تقدمه لها من موضوعات والذي هو في جزء منه استمتاع بوهم الهروب من الأهداف التي لا تستطيع القارئة أن تحققها في كثير من مجالات الحياة

الاجتماعية .[٥٣]

وأجريت الدراسة الثانية على قراء ٨ مجلات يابانية نسائية تتوجه إلى جمهور النساء غير المتزوجات (Single Women) ، وتوصلت الدراسة إلى أن المجلات والشابات يتبادلن مفاهيم مشتركة حول الاستقلال عن الحياة الزوجية ، وعلى الرغم من أن هذه المجلات تركز علي العلاقات مع النفس والأصدقاء فإن النسق القيمي الياباني يجعل المرأة غير المتزوجة أكثر ارتباطًا بمحيط أسرتها ورؤسائها في العمل ومدرسيها القدامى أي بالنظام الاجتماعي الذي تعودت عليه.[٥٤]

- بحثت إحدى الدراسات في تأثير الصورة النمطية للمرأة في الإعلانات المنشورة في المجلات النسائية علي تكوين الصور الذهنية حول دور المرأة لدى جمهور من طلاب المدارس الثانوية (بنين وبنات) وتوصلت الدراسة التجريبية إلى أن التعرض للإعلانات التي تركز علي الصور التقليدية لأدوار المرأة تقوي إحساس الطلاب بالتمييز بين الرجل والمرأة ، وأن التعرض للصورة الايجابية أو السلبية للمرأة يؤثر في قناعات وتوقعات الجمهور بالنسبة للحقيقة الاجتماعية فورًا وعقب التعرض لها.[٥٥]

- كشف تحليل دراسات دور الجنوب ، عن أن بحوث الصحافة النسائية مازالت تدور بشكل أساسي حول المضامين ، ويكاد يختفي من اهتماماتها دراسات لجمهور القارئ لهذه الصحافة ، والوضع في مصر لا يختلف كثيرًا حيث ما تزال هناك ندرة في بحوث قراء الصحف بوجه عام والصحافة النسائية بشكل خاص . ومع ذلك فإن هناك قناعة سائدة بين عدد كبير من الباحثين المصريين والمعنيين بصحافة المرأة على وجه التحديد بأنه لا يمكن تطوير الأداء الصحفي فيما يتعلق بقضايا المرأة دون أن نتعرف على احتياجات هذا الجمهور اتفاقًا مع الاتجاهات الحديثة في تضمين رؤية القارئ في الاعتبار وهو ما سعت إليه الدراسة التي قام بها قسم الصحافة بكلية الإعلام ، بعنوان المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر بهدف الوقوف علي تغلغل وسائل الإعلام الجماهيري بين الفئات المختلفة للنساء وعلاقة هذه الوسائل بأنماط الاتصال الأخرى في الريف والحضر، ولتحقيق هذه الأهداف ، تم تطبيق الدراسة علي عينة من النساء المصريات في قريتين ومركز حضري[٥٦] ، ومع أهمية هذه الدراسة إلا أنه مازال هناك قصور كمي ونوعي في دراسات جمهور الصحافة

النسائية ، مما يستدعي تضافر جهود الباحثين - المهتمين بالصحافة المتخصصة على وجه العموم والصحافة النسائية تحديدًا - لدراسة جمهور الصحافة النسائية والتعرف على الإشباعات التي تتحقق لدى هذا الجمهور من قراءة المجلات والصفحات النسائية ودورها في تحديد أولويات الجمهور وتغيير الصورة التقليدية السلبية لدى النفس ولدى الآخرين .

ثانيًا : دراسات الصحافة النسائية : الجوانب المنهجية والإجرائية :

- تقع بحوث الصحافة النسائية ضمن الدراسات التي تتداخل فيها العديد من الأطر النظرية والمنهجية(Interdisplinary). خاصة بعد ما أفرزته الحركة النسوية (Feminism) من تأثيرات على طبيعة الموضوعات والأدوات البحثية التي تعتمد عليها مما أدى إلى ظهور ما يسمى (المنهر النسوى)(Feminist Meth odolgy) والذي يركز علي العلاقة بين الدراسات النسائية (يقوم بها نساء، أو تجرى عن أو على النساء والحركة النسوية .

وفي ضوء هذا المنهج فإن موضوعات البحوث التي تعتمد عليه يجب أن تتحدد بالمتطلبات الإستراتيجية والنوعية لحركة المرأة .

وقد أثارت هذه الأفكار مناقشات حادة منذ أواخر السبعينيات ؛ حيث لم تحظ بالتأييد الكامل من الباحثين الذين أثاروا تساؤلات حول : هل هناك بالفعل منهج للدراسات النسوية ؟وما العلاقة بينه وبين المناهج الأخرى؟ وظلت هذه التساؤلات دون إجابة إلا أنها طرحت أهمية تنمية وخلق مناهج وأدوات جديدة في دراسات الصحافة النسائية إلى جانب المناهج والأدوات التقليدية المتعارف عليها[٥٧] .

- قدم الاتجاه النقدي المعارض للعركة النسوية والذي يعبر عنه بـ (Post Feminism) رؤية لمداخل نظرية مختلفة في دراسة المرأة والإعلام ، قامت على نقد المداخل النفسية والتعليل النفسي والمداخل الاجتماعية والثقافية . وقدمت الباحثة ميرا ماكدونالد (Myra Macdpnald) المنتمية لتيار (Post Feminsim) دراسة شاملة لهذه المداخل المستخدمة في دراسات الـ (Feminism) مفندة قدرة كل منها علي تقديم تحليل واقعي لعلاقة المرأة بالإعلام ، واقترحت ماكدونالد تبني مدخل الحداثة (Moderism) والبنيوية (Structuralism) وما بعد البنيوية (Post Structuralism) والتفكيك (Deconstruction). وذلك بالاهتمام بدراسة النص والدلالات التي يعبر عنها في ضوء الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي

للمتلقي، ومن وجهة نظرها فإن ذلك يقدم نظرية ثقافية تزود الباحثين بإطار عمل في دراسات تمثيل المرأة في وسائل الإعلام (Representation of Gender).[٥٨]

– كشف تحليل دواسات الصحافة النسائية أن معظمها يقع ضمن الدراسات الوصفية بمستوياتها التحليلية والتفسيرية التي تعتمد على الطرق الكمية والكيفية لتقديم شروح للظواهر التي تتعرض لها هذه الدراسات، في حين أن الدراسات التجريبية مازالت قليلة .[٥٩]

– يلاحظ ندرة اعتماد الدراسات التي أخضعناها للتحليل على المداخل النظرية في وضع فروضها البحثية مقارنة باعتمادها علي نتائج الدراسات السابقة في موضوع الدراسة في وضع هذه الفروض أو صياغة تساؤلاتها الرئيسية.

– كشف التحليل عن تعددالأدوات البحثية المستخدمة في جمع المادة وعلى وجه الخصوص، تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي مع التركيز على التحليل الدلالي اللغوي للنص الصحفي في المجلات النسائية، وذلك مع مقارنتها بخطاب الحركة النسوية . وتأتي المقابلة بأشكالها المختلفة (مقابلة طولية Lengthy interview – مقابلة متعمقة In-depth – interview – مقابلة جماعية (Group interview في مقدمة أدوات جمع البيانات المستخدمة في دراسات الجمهور والقائم بالاتصال . كذلك اعتمدت إحدى الدراسات على إجراء المقابلة البحثية عن طريق برنامج كمبيوتر خاص عبر الهاتف . وبرز في الدراسات التي تعرضت لبيئة العمل الصحفي ووضع المرأة الصحفية في غرفة الأخبار اعتمادها علي الملاحظة بالمشاركة كوسيلة مهمة لجمع البيانات . كذلك استخدمت عديد من دراسات الجمهور والمرأة الصحفية استمارة الاستبيان لجمع البيانات اللازمة وتم تطبيقها عن طريق البريد (Mail Survey)[٦٠] أو عن طريق المقابلات التي تتم إما باستخدام التليفون في حالة انتشار المبحوثين فى أماكن متباعدة أو عن طريق المقابلات التي تتم بشكل مباشر مع المبحوثين والتى يجريها الباحث بنفسه أو بمساعدة الآخرين .

– بالرغم من استمرار معظم دراسات الصحافة النسائية في تبني أساليب التحليل (الكمية والكيفية) التقليدية للمضامين الصحفية ، إلا أن عددًا من الدراسات أخضعت للمناقشة والنقد استخدام تحليل الخطاب ودلالات النص في الدر اسات الميدانية وذلك بتحليل البيانات التي يتم جمعها من خلال المقابلات بما يعني أن استخدام تحليل الخطاب لم يعد قاصرًا على دراسة

النصوص الصحفية فقط ويمكن توظيفه في الدراسات الميدانية وذلك من خلال النموذج الذي قدمه (Strauss and Corbin 1990) عندما وضعا دليل ترميز يضم فئات مفتوحة (Encompassing) وتصنف كلمات المبحوثين في المقابلة ثم الربط بينها في علاقات بين هذه الفئات والخروج باستنتاجات تعتمد على المهارات التفسيرية والنظرية للباحث[٦١].

-كما استخدمت إحدى الدراسات تحليل التواتر (Repertoire analysis) في الكشف عن الموضوعات المتواترة (المتكررة) في المقابلات الطولية التي أجرتها مع عينة من المبعوثين للكشف عن دواعي قراءة المجلات النسائية وذلك في إطار أسلوب (تحليل الاستقبال) (Reception Analysis). ويمثل تحليل التواتر مدخلا (Micro- sociological Approach) ويعتبر أداة في الوقت نفسه تساعد على إبراز المعاني التي يجب الانتباه إليها في أقوال المبحوثين ، وإدراك النسق الثقافي الذي يكون مجموعة من الأفكار الثابتة[٦٢].

- أما دراسات الجنوب ، فمازال تحليل المضمون هو الأداة المهيمنة على دراسات الصحافة النسائية خاصة مع النقص الواضح في الدراسات الميدانية والتجريبية ، والتركيز بشكل أساسي على دراسات المضامين الصحفية . وإن كان مطروحًا في الدراسات الغربية أهمية إيجاد مناهج ومداخل بحثية جديدة في دراسات الصحافة النسائية، فإنه أكثر إلحاحًا في دراسات دول الجنوب . حيث لابد أن تختبر قدراتها في تطوير أدواتها وأساليبها التحليلية بما يتلاءم مع طبيعة الظواهر المدروسة وطبيعة الاحتياجات البحثية في هذه الدول .

خاتمة الدراسة

في ضـوء المـشكلة البحثيـة التـي تتـصدى لهـا هـذه الدراسـة وأهـدافها وتساؤلاتها : عرضـت في الـصفحات الـسابقة رصـدًا لأهـم الاتجاهـات الحديثـة لدراسات الصحافة النسائية في عدد مـن دول العـالم المتقدم والنـاص سـواء عـلى مستوى الموضوع ومجالات الاهتمام أو على مستوى الجوانب المنهجية والإجرائية في بعض الدراسات. وانطلاقًـا مـن النتـائج التي توصـلت إليهـا أرى مـن المفيـد التأكيد على هذه النقاط:-

- غلبـة الرؤيـة النقديـة في تنـاول دراسـات الـصحافة النـسائية بـدءًا مـن المـشكلة البحثيـة المطروحـة في هـذه الدراسـات ومـرورًا بإجراءاتهـا المنهجيـة والإجرائيـة وانتهـاءًا بنتائجهـا التـي تفـسرها مـن منطلقـات نقديـة غـير تقليديـة ويرجع ذلك في كثير من الأحيان إلى أن غالبية من يتصدون لهذه الدراسـات مـن ذوي التوجهات العقائدية فيما يتعلق بقضايا المرأة وحركة تحرير ها .

- يلاحـظ وجـود علاقـة ارتباطيـة بـين دراسـات الـصحافة النـسائية عـلى المستوى الموضـوعي والمنهجـي وحركـة المجتمـع بـصفة عامـة والحركـة النـسائية وتطورها وطبيعة أهدافها ومطالبها بصفة خاصة .

- رصد المسح اتجاهًا نحو الاهتمام بالتأصيل التاريخي(*) لنـشأة الـصحافة النسائية بداية من القرن التاسع عشر، بهدف التعـرف عـلى ملامـح التطـور الـذي شهدته هذه الصحافة وطرحت هذه الدراسات تـساؤلات مهمـة مازالـت مثـارة حتـى الآن ، مـن بينهـا : هـل هنـاك ضرورة لوجـود أقـسام للمـرأة في الـصحف العامة؟. هل يقف الإعلان وراء وجود هذه الأقسام واستمرارها؟، لماذا تـستمر المجلات النسائية بشكلها ومضامينها على مر الفترات رغم النقد الموجهة إليها؟. كما أنهم ربطوا بين ظهور المجلات النسائية واتساع الحركة الإعلانية.

(*) انظر هوامش الدراسة ص٢٩.

- ظهر التباين الواضح بين دراسات الصحافة النسائية في دول الشمال وبينها في دول الجنوب من حيث مناطق الاهتمام والتركيز على العملية الاتصالية بوجه عام- فعلى حين تتوقف معظم دراسات الجنوب عند مرحلة تحليل الرسائل المقدمة (المضمون) تتجاوز دراسات الشمال هذا المستوى - دون إهماله - إلى دراسة منتج المادة الصحفية (المرأة الصحفية) ومتلقيها (الجمهور) . وتقدم رؤى جديدة في الأدوات البحثية وأساليب التعامل مع المادة العلمية .

- على الرغم من الاتجاه الذي بدأ يولى اهتمامًا ملحوظًا للأطر النظرية الغربية في دراسات الصحافة المصرية ، إلا أنه لوحظ عدم الاحتفاء بهذه الأطر النظرية و الفلسفية في كثير من دراسات الصحافة النسائية سواء في دو ل الشمال أو الجنوب .

- تثير دراسات الصحافة النسائية في دول الشمال الكثير من المجالات البحثية التي مازالت تعانى من إهمال واضح بين الباحثين المصريين خاصة دراسات جمهور الصحافة النسائية والعلاقة المتبادلة بين هذا الجمهور والصحيفة النسائية (من يصنع أجندة من؟).

- على الرغم من الاتجاهات الحديثة لمسارات دراسات الصحافة النسائية في العالم المتقدم التي كشفت عنها هذه الدراسة إلا أنها تلفت النظر إلى ضرورة الانتباه إلى عدم انسياق باحثي دول الجنوب ومن بينها مصر - إلى أجندة الاهتمام البحثية في الدول الغربية انطلاقًا من خصوصية قضايا المرأة في كل دولة والتي تستمد من النسق القيمي والثقافي السائد فيها - مع التأكيد أن هذا لا يعنى عدم التطور أو البحثي عن الجديد أو الانغلاق والعزلة عن الاتجاهات البحثية الحديثة.

هوامش الدراسة

1. Busby, Lenda J. and Leich, Grey,: Feminism and advertising intraditional and non Traditional Women Magazines 1950 s-1980s ،Journalism Quarterly, Vol. 7 ، ،No2 ،Summer, 1993.
2. Lingyang - Mei,: Women's pages or people's pages, The production of News for women in the Washington post. Journalism and Mass Comm. Quarterly, Vol. 73, No. 2 ،Summer, 1996.
3. Women's Movement Microsoft (R) ENCARTA (R) Encyclopedia ، 1998.
4. Lafky, Sue (et.al), Looking through Gendered lences: Female Stereo typing in Advertisments and Gender Rule Expectation, Journalism and Mass Comm. Quarterly, Vol. No 2 ،Summer, 1990.

   -Rokow, Lana F., A Bridge to the Future: Re-visioning Gender in Communication. In Women in Mass Communication, Challenging Gender Values, Sage Publication, 1989 ،pp. 299-311.
5. Zoonen, Liesbet Van, Feminist Media Studies, Sage publication .London, 1994.
6. Childers, Kim Walsh (et.al), Sexual Harassment of Women Journalists. Journalism and Mass Comm. Quarterly. Vol. 73, No. 3 .Autumn, 1996.
7. Lafky, Sue. Op. cit.

٨. انظر على سبيل المثال:

-Glasser, Charlotte Kwok, Patriarchy, Mediated, Desire and Chinese Magazine Fiction, Journal of Communication, Vol. 47, Winter ،1997.

-Rhode, Deborah L. Media Images, Feminist Issues, Sihns, Spring1995 ،

-Budgeon, (Shelley), : From Feminism to post Feminism, women Studies international Forum, Vol. 18, No. 2, March - April, 1995.

-Childers. Op. cit.

-Budgeon, Op. cit.

-Zoonen, Op. cit.

٩. مثال على ذلك

-Kahn, Kirn Fridkin and Goldenberg, Edie, N: The Media Obstacle or Ally of Feminists,: ANNALS, Vol. 515, May, 1991.

-Farrell, Amy Erdman,: Feminism and Media, Introduction, signsm Vol. 20, No. 3, Spring, 1995.

10. (10) ling - Yang - Mei, (Op. cit)

١١. مثال على ذلك:

-Chiders, Kim Walsh (et.al); Women Journalists Report Discrimination in News Rooms. N. R. J., Vol. 17, No. 3-4, Summer- Fall, 1996.

-Childers, Sexual Harassment of Women Journalists, op. cit.

-Goodrick, Evelyn Trapp, : Editorial Writer's Approaches to Select women's Issues. N.R.J., Vol. 12, No. 3, Summer, 1991.

-Mills, Kay, What Differences Do Women Journalissts Make? In Women, Media and Politics, Oxford University Press, 1997.

-Miller, phyllis and Miller,Randy, : The Invisible Women : Female Sports Journalists in the Work place, Journalism and Mass Comm. Quarterly, Vol. 72, No. 4, 1995.

12. Hermes, Joke, : Reading Women's Magazines An analysis of Every Day Use, polity press, U.K, 1997.

13. Zoonen, Liesbet Van, Op. cit.

١٤. مثال على دراسات بعض دول الجنوب

-Leslie, molara ogundipe, The Image of Women and the Rule of The media In a new Pilitical Cuture In Nigeria, African Media Re-viewm Vol. 4, No. 1, 1990.

-Nassanga, Linda Goretti; Women, Development and Media, The Case for Uganda, women, media and Society, Vol. 19, No. 3 ،.July, 1997.

-Biron, Rebecca E., Feminist Periodicals and political crisis in Mexico: Fem, Debate, Feminista and la Correa Feminista in the 1990s .Feminist Studies, Vol.22 ،No. 1, Spring, 1996.

-Glasser, Charlottte Kwok, patriarchy Mediated Desire and Chinese Magazine Fiction. Op. cit.

١٥. نموذج لهذه الدراسات

- جيهان إلهامي ، الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمي للمرأة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، ١٩٨٩ .

- فاتن الطنبارى، موقف الصحافة تجاه قضايا المرأة : دراسة تحليلية لمضمون الصحف الثلاث الأهرام والأخبار والجمهورية منذ ١٩٧٥ إلى ١٩٧٩ . رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ،
- مصطفى سويف وأخريات ، صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام دراسة في تحليل مضمون الصحافة النسائية ، التقرير النهائي ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة، ١٩٨٣

١٦. راجية قنديل ، المرأة في شمال سيناء ووسائل الإعلام : دراسة ميدانية، مجلة النيل ، العدد ٢٩، الهيئة العامة للاستعلامات ، القاهرة . إبريل ١٩٨٦ .

١٧. عواطف عبد الرحمن وآخرون ، المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر، قسم الصحافة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٥ .

١٨. نجوى كامل - أميرة العباسي، القائمات بالاتصال في الصحافة المصرية ، قسم الصحافة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٣ .

- نجلاء أبو سمرة ، معوقات الأداء الإعلامي للصحفيات المصريات : دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، فرع سوهاج ، جامعة جنوب الوادي، ١٩٩٥ .

19. Wolf, N. ; The Beauty Myth: How Images of Beaufy are Used Against Women, and Fire With Fire, Chatto and Windus, London ، 1990.

20. Zoonen, Liesben Van, Op. cit., pp. 150.

21. Budgeon, Shelly, Op. cit.

22. Gallagher, M., Unequal Opportunities: Update, paris. UNESCO ،1985.

٢٣. انظر على سبيل المثال :

-kahnkim Fridkin, : The disorted Mirror: Press Coverage of Women Candidates Statewide office, Journal of Politics, Vol. 56, No. 1 ، February, 1994.

-Carrol, Suza and Schreiber Ronnee, Media covevage of women in 103 Congress. Media, Women and Politics, op. cit.

-Alexander, Sue, Newspaper Covevage of Alhletic as a Function of Gender, Womens Studies International Forum.Vol 17, No, 6 ، 1994.

24. Budgeon, Shelly, Op. cit.

-Peirce, Kate, : Socialization of Teenage Girls Through teen - Magazines Fiction Kensosas city U.S.A. August, 1993.

-Evans,Ellis, D (qt.al). Content Analysis of Contemporary teen Magazines for Adoles cent Females, Women Studies international Forum, 1991.

25. Busby, Lenda and leichty - Grey, op. cit.

26. leslie, molara Ogundipe, Op. cit–

-Nassange, Linda Goretti, Op. cit.

- Glasser, Charlotte Kwok, Op. cit.

- عواطف عبد الرحمن وآخرون ، مرجع سابق.

27. Biron, Erebecca, Op. cit

٢٨. انظر على سبيل المثال:

-Henery Suzan, ; Changing Media History Through Women history, in Women in Mass Communication, Challenging Gender Values ، Op. cit.

-Gender patterns in Media Empolyment, UNESCO Reporters and papers on Mass Communication, 110 paris, 1995.

-Weaver, David,; women as Journalists. In Women, media and Politics, Oxford university press, U.K. 1997.

- Childers (et.al) Women Journalists Report Discrimination in News room. Op. cit.

29. Henery, Suzan, : Op. cit.

30. Steeves, leslie, ; Gender and Mass Communication in a global Context. In, Women in mass Communication, Op. cit.

-Weaver, David, Op. cit.

-Gender Patterms, UNESCO, Op. cit.

-Henery Suzan, Op. cit.

31. Steeves, leslie, Op. cit.

32. Rakow, lana F. Op. cit.

33. Gender Patterns in Media Employment, Op. cit.

34. Zoonen, Liesbet Van : Feminist Media Studies, Op. cit.

35. Rhode, Deborah L., Media Images, Feminist Issues. Op. cit.

36. Mills, Kay, : What difference Do Women Journalist Journalist Make. Op. cit.
37. Goodrick, Evelyn Trapp, Editorial Writers Approaches to Select Women's Issues, Op. cit.
38. Gender Patterns in Media Employment, UNESCO, Op. cit.
-Zoonen, Feminist Media Studies, Op. cit.
39. Childers (et.al) : Sexual Harassment of Women Journalists. Op . cit.
40. Miller, phyllis and Miller Randy; The Invisible Woman; Female Sports Journalists in the Work place, Op. cit.
41. Childers (et.al) Women Journalists Report Discrimination Op. cit.
42. Weaver, David, Women as Journalists, Op. cit.
43. Gender Patterns in Media Employment, Op. cit.
44. Childers (et.al) Women Journalists Report Discrimination, Op .cit.
45. Zoonen lies Bet Van, Op. cit.
-Weaver, David, Op. cit.
-Gender patterns in Media Employment, Op. cit.
46. Goodrick, Evelyn Trapp, Editorial Writers Approaches to select women's Issues, Op. cit.
-Milles, kay, Op. cit.
47. Leslie, molara Ogundipe, Op. cit.
٤٨. عواطف عبد الرحمن وآخرون ، مصدر سابق.
- جيهان إلهامي ، مصدر سابق.
٤٩. نجوى كامل – أميرة العباسي ، مصدر سابق.
- نجلاء أبو سمرة ، مصدر سابق.
50. Winship, J: Inside Women's Magazines, Marion Boyars, London ،1991.
51. Zoonen, Liesbet Van, Op. cit.
-Hermes, Joke, Reading Women's Magazines, Op. cit.
52. Hermes, Joke, Op. cit.
53. Moeran, Brian, Op. cit.

54. Nancy Rosen Berger, Antiphonal Performance? : Japanese Women's Magazines and Women's Voices: In Women Media and Consumption in Japan, Curzon press ،Richmond, 1995.

55. Logky (et.al), Looking Through Gendered Lences: Female Stereo Typing in Advertisment and Gender Role Expectations, Op. cit.

٥٦. عواطف عبد الرحمن وآخرون ، مصدر سابق.

57. Zoonen, Liesbet Van, Op. cit.

58. Macdonald, Myra,: Representing Women; Myth of Femininty :The popular Media; Edward Arnold, London, 1995.

59. Hermes, Joke, Op. cit.

60. Goodrick, Evelyn Trapp, Op. cit.

61. Zoonen, Liesbet Van, Op. cit.

62. Hermes, Joke, Op. cit.

-Beetham, Margaret,: A magazine of her own Domesticity and desire in the women's Manazine - 1800 - 1914, London, Routledge ،1996.

-Jolliffe, Lee, Women's magazines in the 19 th Century, journal of popular Culture. Vol. 27, No. 4, Spring, 1994.

-Kitch, Carolyn, Changing Theortical Perspectives Women's media image : The Emergence of Patterns In a new area of historical Scholarship. Journalism and Mass Communication Quarterly. Vol .74 ،No. 3, Autuman 1997.

-Ling yang - Mei, Women's pages or people's pages the production of News for Wom en in the Washington post in the 1950s. Op. ciL

قائمة بالمجلات العلمية التي اعتمدت الدراسة على ما بها من بحوث:

-The ANNALS The American Academy of Political and Social Science.

-The Journal of Politics, University of Texas.

- Journal of Communication, International Communcation Association.

- JPC (Journal of popular culture) popular culture Associatiosn .

- Feminist Studies.

-Signs (Journal of Women in Culture and Society) University of Chi-cage.

- Journalism Quarterly University of so with caraling, Columbia . Journalism and Mass Communication Quarterly. Feminist and Media Stuides.

-African Media Review (ACCE(.

-N.R.J (Journal of Newspapers Research).

-women, Media and Culture.

-women studies International Forum.

-Media, culture and society.

قائمة بالكتب التي اعتمدت الدراسة على ما بها من بحوث:

-Zoonen, Liesbet Van, ; Feminist Media Studies, Sage Publication ، London, 1994.

-hermes, Joke, : Reading Women's Magazines : An Analysis of Everyday Media use, Polity press U.K. 1997.

-Wolf, N. : The Beauty Myth : How Images of Beauty are use against Women. Chatto and Windus, London, 1990.

-Norris, Pippa : Women, Media and politics, Oxford University Press ، 1997.

إبداع المرأة العربية
في حقل الصحافة النسائية
في الوطن العربي
البدايات – التحديات – الآفاق

أ.د. عواطف عبد الرحمن

تمهيد:

قبل أن نتحدث عن الصحافة العربية النسائية علينا أن نؤكد مجموعة من الحقائق، **أولها**: أن قضية تحرير المرأة تعد جزءًا عضويًا من قضايا تحرير جميع المستضعفين من الرجال والنساء الذين ينتمون إلى الفئات المقهورة طبقيًا واجتماعيًا وثقافيًا وسياسيًا وفى مقدمتهم أهالي الريف والبوادي الذين يعانون أساسًا من التهميش السياسي والاقتصادي، ويضاف إلى ذلك التهميش الثقافي والاجتماعي بالنسبة للمرأة أي الطوق الحديدي الذي شكلته العادات والتقاليد والقيم السلفية عبر مئات السنين والتي رسخت فكرة النقص الأنثوي والهيمنة الذكورية . والوجه الأخر لهذه الحقيقة يتمثل في كون الإعلام جزءًا لا يتجزأ من النظام السياسي والثقافي العربي ولا يمكن أن نتناوله بمعزل عن هذا النظام وهذا يقودنا إلى الحقيقة الثانية التي تشير إلى بروز وجهين متناقضين للقضية ، فإذا كان لابد أن نعترف بأن هناك تحسنًا ملموسًا في أوضاع النساء العربيات خلال النصف الأخير من القرن العشرين خصوصًا في ظل الجهود العالمية التي بذلتها الأمم المتحدة من أجل النهوض بأوضاع النساء ومحاولة إدماج المرأة في تنمية مجتمعاتها والذي تمثل في إستراتيجية نيروبي ١٩٨٥ ، ومنهج العمل الصادر عن مؤتمر بكين ١٩٩٥ ، وهذا هو الوجه المضيء للقضية، فإن الوجه المعتم يشير إلى أن معظم الأهداف الواردة في وثائق هذه المؤتمرات لم تتحقق فلا تزال النساء العربيات محرومات من معظم حقوقهم المدنية والثقافية والاقتصادية فإذا كانت نسبة التعليم تتراوح ما بين ٣٥٪ إلى ٥٠٪ بين النساء العربيات فإن نسبة الأمية تتراوح ما بين ٤٠٪، ٨٨٪ ولا يزال ٧٠٪ من البنات في سن التعليم خارج المدرسة كما أن مناهج التعليم تكرس التقسيم التقليدي لأدوار المرأة والموروث الثقافي الذي يعزز فكرة النقص الأنثوي، وتشكل النساء نسبة تتراوح بين ١٠٪،

٤٠٪ من قوة العمل العربية ولكنها محصورة في القطاع الزراعي والخدمي وتفتقر إلى الضمانات التأمينية في كثير من الدول العربية والنساء العربيات هن دائمًا أول ضحايا البطالة . هذا ولا تزيد نسبة مشاركة المرأة العربية في المؤسسات التشريعية عن ٤٪ بينما تزيد في كثير من الدول النامية عن ١١٪، ورغم أن المرأة العربية شاركت في جميع معارك التحرر الوطني والمقاومة ضد الغزو الأجنبي في مصر وسوريا والجزائر وفلسطين وعدن وجنوب لبنان .. إلا أن مشاركتها في مواقع صنع القرار لا تزال محدودة إذ لا يزيد عدد الوزيرات عن ١٠ وزيرات من ٦٠٠وزير في الوطن العربي.

وهنا لنا وقفة . . علينا أن نتذكر دومًا أن المرأة العربية كانت سندًا ورفيقًا للثوار في ثورة المليون شهيد في الجزائر، كما كانت حارسة أمينة للتراث العربي الإسلامي على امتداد ١٣٠ عامًا في مواجهة محاولات الفرنسة وقطع اللسان العربي ومحو الذاكرة القومية .

وفي فلسطين ظلت المرأة العربية على امتداد ا أجيال تزويد ميادين المقاومة بآلاف الشهداء منذ هبة البراق ١٩٢٩ وانتفاضة القسام ١٩٧٥ والثورة الفلسطينية الكبرى ١٩٣٦ - ١٩٤٨ .. وبعد اغتصاب الوطن الفلسطيني وإقامة الكيان الصهيوني ظلت تواصل دورها الخالد في المنافي تزود ساحة النضال بمزيد من الشهداء، تنجب وتربي وتدفع بسخاء بفلذات أكبادها فداء ،

وفي الجنوب اللبناني كانت المرأة اللبنانية نموذجًا يحتذى في مواجهة الغطرسة الصهيونية أعطلت الدرس لجميع نساء العالم صمودًا وفداء واستمرارية وفي العراق لا تزال المرأة العربية صامدة شامخة في مواجهة الحصار الظالم للوطن الشقيق على مدي عشر سنوات .. وفي السودان قاومت المرأة السودانية جنبًا إلى جنب مع الرجل كافة أشكال السيطرة الأجنبية ومحاولات تمزيق الوطن إلى شمال وجنوب . . وتتوالى صور الصمود والاستبسال من جانب المرأة العربية في ليبيا واليمن وسوريا ودول الخليج تحاول أن تفك أسر التركة التاريخية من الموروثات البغيضة التي تحاصر عقلها وإرادتها تحت مسميات وحجج عديدة .

ورغم التعديلات التي طرأت على قوانين الأحوال الشخصية مما يضمن للمرأة العربية توفير حماية أكبر وحقوقًا أوسع إلا أنها لا تزال تعاني من بعض صور التمييز التي تتمثل في احتفاظ الزوج بالحق المطلق في الطلاق وتعدد

الزوجات وحضانة الأطفال ولا تزال محرومة من منح جنسيتها لأبنائها ، وتعاني معظم النساء العربيات في الحضر والريف والبادية من شتي أشكال العنف المادي والمعنوي الذي يمارس ضدهن سواء داخل الأسرة أو في أماكن العمل أو في الأماكن العامة مما يعد انتهاكًا صارخًا لحقوق الإنسان .

ويضاف إلى ذلك الآثار السلبية لسياسات التكيف الاقتصادي الهيكلي من تفاقم المديونية واتساع الفجوة التكنولوجية بين العالم العربي والدول الصناعية المتقدمة في ظل غياب التعاون العربي مما أدي إلى بروز صراع الأدوار بين أعضاء الأسرة العربية إناث وذكور وتفكك العلاقات الأسرية وانتشار ظاهرة الطلاق بكل مترتباتها الحادة على تنشئة الأجيال حيث توارث القيم الأخلاقية واكتسحت منظومة القيم الاستهلاكية المصاحبة للعولمة في طريقها العديد من الجوانب الايجابية التي يمز بها التراث العربي الإسلامي مثل قيمة العمل والتضامن الأسري واحترام كبار السن وتقديس الأبوة والأمومة .

ويصبح السؤال المطروح ماذا قدمت المرأة العربية للإعلام ؟

إطلالة تاريخية على الصحافة النسائية في الوطن العربي ؟

لقد كانت المشاركة النسائية في الصحافة العربية أسبق من كل الميادين فمنذ نهايات القرن التاسع عشر احتلت الصحافة النسائية موقعها على ساحة العمل الإعلامي المصري حيث برزت هند نوفل في مجلة الفتاة ١٨٩٢ ولبيبة هاشم في مجلة النهضة النسائية ١٩٠٩ ثم باسم عبد الملك فر (المرأة المصرية) وتفيدة علام في (أمهات المستقبل) ومنذ عام ١٩٠٨ توالت أسماء الكاتبات والصحفيات جميلة حافظ، وفاطمة نعمت راشد، ثم مي زيادة، وجميلة العلايلي، ووداد سكاكيني، وأسماء فهمي، وسهير القلماوي، وبنت الشاطئ، وأمينة السعيد وفاطمة اليوسف التي أسست أول مجلة سياسية في العائم العربي عام ١٩٢٥ (مجلة روز اليوسف) التي لا تزال تصدر حتى اليوم .

وإذا كان لمصر فضل السبق في ظهور الصحافة النسائية في نهاية القرن التاسع عشر ، فإن القرن العشرين قد شهد منذ بداياته الأولى ظهور الصحافة النسائية في سائر الدول العربية .

إذ حظي لبنان بالمرتبة الثانية في ظهور الصحافة النسائية وذلك في أوائل القرن العشرين أما سوريا فكانت الثالثة من حيث الترتيب حيث صدرت عام ١٩١٠ مجله العروس .

وتنوعت اهتمامات الصحافة النسائية في ذلك الوقت بين الاهتمامات التقليدية للمرأة من ناحية وبين مناقشة قضاياها والمطالبة بحقوقها الشرعية ومن القضايا التي ناقشتها الصحافة النسائية في مصر تعليم المرأة . أما لبنان فكنت الصحافة النسائية بها تدعو لترقية المرأة ثقافيًا والاهتمام بالأمور الأسرية بينما اقتصرت الصحافة في سوريا على التركيز على تلك الموضوعات النسائية

حيث كثرت فيها النصائح الزوجية والبيئية والملاحظات الخاصة بتربية الأطفال وإعداد الطعام واختيار الملابس . هذا واتسمت الصحافة خلال هذه الفترة بالمبادرات الفردية وارتباط تلك الصحف بأصحابها وخلال فترة العشرينيات من القرن العشرين امتد تيار الصحافة النسائية ليشمل العراق إلى جانب مصر ولبنان وسوريا حيث بدأت الصحافة النسائية في العراق سنة ١٩٢٣.

وتطورت الصحافة النسائية في مناقشة قضايا المرأة لاسيما في مصر حيث طرحت الدعوة إلى التوسع في تعليم المرأة ق إشراكها في التعليم العالي أسوة بالبنين والسعي لتحرير المرأة المصرية من قيود العادات والتقاليد كما شاركت المرأة المصرية في ثورة ١٩١٩ أول ثورة تحريرية في الوطن العربي ، وكان لذلك أثره الإيجابي في طرح قضايا جديدة مثل السفور والمطالبة بحق المرأة في المشاركة السياسية حيث طالبت هدي شعراوي ورفيقاتها بحق المرأة في التصويت في الانتخابات النيابية.

وفي لبنان استمرت الصحافة النسائية في الحث على ترقية المرأة أدبيًا وعلميًا وبث روح التربية الاستقلالية وتحسين الحياة العائلية ، هذا إلى جانب الاهتمامات التقليدية مثل التدبير المنزلي وشئون الأسرة والتي ظهرت في مجلة (ليلى) العراقية التي قادت حملة لتحرير المرأة في العراق .

هذا واستمرت المبادرات الفردية هي الغالبة في الصحافة النسائية خلال هذه الفترة.

أما فترة الثلاثينيات من القرن العشرين : فقد شهدت ظهور الصحافة النسائية في بلاد المغرب العربي وبالتحديد في تونس حيث كانت الدولة الخامسة في إصدار المجلات النسائية وتميزت هذه المرحلة بجدية وأهمية لقضايا المطروحة بالصحافة النسائية خاصة تلك التي تتعلق بحقوق المرأة ففي مصر اهتمت

الصحافة النسائية بخلق وعي نسائي بين القراء والقارئات وإقناع المواطنين بمكانة المرأة وما تؤديه من دور هام في البلاد، كما خلقت الصحافة النسائية أدبًا نسائيًا له طابعه الخاص ، ونبهت الصحافة النسائية في لبنان مخاطر التخلي عن التقاليد وأكدت ضرورة الاهتمام بتعليم المرأة ، وعالجت الصحافة النسائية بالعراق قضايا تحرير المرأة وبعض المشكلات الاجتماعية المرتبطة بها مثل إجبار الفتيات على الزواج والمطالبة بتخفيض المهور وكذلك الدعوة إلى نزول المرأة لميدان العمل هذا ولم تقتصر الصحافة النسائية العربية على معالجة قضايا المرأة بل تطرقت إلى القضايا والأحداث السياسية كذلك .

ويلاحظ في فترة الأربعينيات من القرن العشرين : أنه بالرغم من صدور عدد كبير من الصحف النسائية خلال هذه المرحلة إلا أنها اتسمت في معظمها بالاهتمام بالأمور التقليدية للمرأة ؛ كفن التجميل، الاهتمام بالمظهر، صحة الأم والطفل. ويمكن أن يستثني من ذلك مجلة بنت النيل لدرية شفيق التي سعت من أجل نيل المرأة لحقوقها السياسية والمطالبة بإصدار التشريعات التي تكفل ذلك ، أيضًا مجلة (بنت الوادي) في السودان أولي المجلات النسائية به والتي طالبت بتعليم وعمل المرآة .

وفي فترة الخمسينيات من القرن العشرين : دخلت دول عربية جديدة مجال الصحافة النسائية كالأردن مثلا التي أصدرت مجلة (فتاة الغد) سنة ١٩٥٠ وعالجت المشكلات الاجتماعية للمرأة . وشهدت هذه الفترة التزاوج بين إثارة القضايا الخاصة بتعليم وعمل المرأة وبين الاهتمام بالأمور التقليدية (التجميل - الأزياء - المطبخ .. إلخ) وذلك على مستوي الصحافة النسائية العربية ككل .

كما بدأت المبادرات الفردية في إصدار الصحف النسائية تقل وبدأ يظهر دور الجمعيات والاتحادات ودور الصحف وتجلي ذلك في صدور مجلة حواء الجديدة التي صدرت عن دار الهلال عام ١٩٥٧ ، مجلة حواء اللبنانية التي أصدرتها الجمعية الخيرية الأرمنية العامة . وكذلك مجلة الإتحاد النسوي العراقي التي أصدرها الإتحاد النسائي ببغداد

الصحافة النسائية المعاصرة:

لقد شهدت فترة الستينيات من القرن العشرين ظهور الصحافة النسائية في دول عربية جديدة أبرزها ليبيا، والكويت التي تعد رائدة الصحافة النسائية في منطقة الخليج من حيث السبق في الإصدار وقد غلب على هذه الفترة وبشكل

ملحوظ التيار التقليدي المتأثر بالأفكار الغربية في مجلات المرأة والأسرة العربية ومن الأمثلة على ذلك مجلة ((هي)) الصادرة عن دار أخبار اليوم والتي كانت تنشر أزياء ومأكولات لا تتناسب مع ظروف وأوضاع المرأة العربية .

كذلك مجلة الحسناء اللبنانية التي قامت بدور جديد غير مسبوق في الصحافة العربية وهو دور خدمي، فعملت ككتالوج نحلات الاستيراد اللبنانية وغيرها . إلا أن ذلك لم يحل دون ظهور صحف نسائية تهتم بقضايا وطنها ودور المرأة فيها لاسيما الصحافة السودانية التي اهتمت بدور المرأة في التنمية شهدت هذه المرحلة تأثر المجلات النسائية العربية بالأيديولوجيات لأيدلوجيات السياسية الحاكمة كما حدث في سوريا حيث التزمت مجلة (المرأة العربية) بالسياسة الإعلامية التي تنتهجها سوريا في ظل ثورة الثامن من مارس ١٩٦٨ كذلك مجلة (المرأة) في تونس الصادرة عن الإتحاد القومي النسائي التونسي التي كانت تتبنى اتجاهات الحكومة التونسية .

هذا وقد تميزت فترة السبعينيات من القرن العشرين .. بقلة صدور الصحف النسائية في منطقة وادي النيل والمشرق العربي بينما بدأت تصدر في دول الخليج العربي خلال هذا العقد بشكل أكبر ولعل ذلك يرجع إلى الأجواء السياسية في كلتا المنطقتين حيث كان الخطر الصهيوني والانشغال بمواجهة هذا الخطر هو الأمر المسيطر على منطقة المشرق العربي خصوصًا مصر، بينما كانت الأجواء الخليجية أكثر استقرارًا ونموًا اقتصاديًا بسبب تدفق عائدات البترول على المنطقة مما أتاح الفرصة لظهور هذه النوعية من الصحافة المتخصصة .

وقد اتسمت القضايا التي طرحتها الصحافة النسائية خلال هذه الفترة بالاعتدال حيث اهتمت بالقضايا الاجتماعية التي تؤثر على أوضاع الأسرة، كما برزت قضايا هامة مثل تحديد النسل - الطلاق وآثاره - العنف مع الأطفال .. الزواج بالإكراه بالإضافة إلى ظهور قضايا ذات خصوصية مثل واقع المرأة الفلسطينية في مجلة الفلسطينية الثائرة.

ويلاحظ في هذه الحقبة اعتماد بعض المجلات النسائية على الهبات والمعونات من الأنظمة الحاكمة سواء داخل الوطن أو خارجه . ومن أمثلة ذلك .. مجلة (مشوار اللبنانية) التي أصدرتها سامي مقصد والتي نجحت في كسب رضاء الأنظمة العربية كالسعودية والكويت وكذلك اعتماد مجلة عائشة بالمغرب على الهبات الملكية ولذلك تعثرت تلك الإصدارات بمجرد انقطاع تلك المساعدات. .

أما فترة الثمانينات من القرن العشرين فيمكن اعتبارها فترة التجارب المتميزة في تاريخ الصحافة النسائية العربية ؛ إذ شهدت هذه الفترة عدة محاولات تطويرية في مجال الصحافة النسائية العربية ففي مصر صدرت مجلة (نون) التي طرحت أفكار ورؤى جديدة غير تقليدية . وفي لبنان كانت مجلة (عفاف) التي اختلفت عن سائر المجلات التجارية بلبنان . كما تميزت بشخصية مستقلة عن غيرها كنموذج لمجلة الأسرة المسلمة ، كذلك ظهرت مجلتي (جمالك)، (نور) اللبنانيتين بالتعاون مع نظيراتها من المجلات الفرنسية وصدرت أيضًا مجلة (الفلسطينية) التي عبرت عن واقع المرأة الفلسطينية المهمومة بقضايا وطنها المحتل .

كما برز في هذه الفترة الاهتمام بقضايا المرأة والأسرة والتأكيد على التوجه للمرأة والرجل وكل أفراد الأسرة بشكل عام .

وشهدت هذه المرحلة محاولة طرح مضامين جادة في الصحافة النسائية حتى في تلك المجالات التي تهتم بالشؤون التقليدية وقد برزت من خلال الحوارات الصحفية مع كبار الشخصيات . وكانت تتناول قضايا المجتمع العربي والأسرة.

وأخيرًا تميزت فترة التسعينيات من القرن العشرين : بقلة عدد الإصدارات النسائية مقارنة بالعقود السابقة وكان التأكيد على شعار المرأة والأسرة أو العائلة كعربية هو المسيطر خلال هذه الفترة للتأكيد على أن المجلة تتوجه لكل أفراد الأسرة وأبرزها مجلة نصف الدنيا التي صدرت في مصر عام ١٩٩٠ .

كما تنوعت المضامين بين التقليدية والهادفة وإن ظهرت مجلات تقليدية صرفه تتوجه أساسا إلى طبقة بعينها وهي الطبقة المرفهة ومنها مجلة (هي) ومجلة (الجميلة) السعوديتين.

وكانت المشكلات الاجتماعية والأسرية هي البارزة خلال هذه الفترة .

في ضوء المسيرة التاريخية للصحافة النسائية العربية تبرز أمامنا أهم التيارات الفكرية التي سيطرت على توجهات هذه الصحافة وحكمت ممارساتها

صورة المرأة العربية في الإعلام النسائي:

عندما نتأمل حصاد الدراسات التي أجربت عن مواقف الإعلام المقروء والصحافة النسائية من قضايا المرأة العربية تطالعنا هذه الحقائق:

١- تركز وسائل الإعلام على مجموعة من القيم التراثية التي تؤكد على مشروعية التمايز الاجتماعي والثقافي بين الجنسين باعتباره من الأمور الطبيعية التي لا تقبل الجدل ويؤكد ذلك العديد من الشواهد التي تتمثل في ترسيخ الصور السلبية عن المرأة ككائن جنسي يتسم بالأنانية والتردد والسلبية بالإضافة إلى استخدامها كأداة وكرمز للجنس في الإعلانات حتى وإن لم تكن لها علاقة بالسلع المعلن عنها .

٢-ينحاز الإعلام العربي والصحافة النسائية للصور والأدوار التقليدية للمرأة ويحاول أن يحصرها في ثلاث صور متكررة: الأم المعطاءه ، والزوجة الخاضعة ، والابنة المطيعة ، كما لا يكف عن تحريضها على تقليد النماذج النسائية الأمريكية والأوروبية .

٣- تنحاز الصحافة النسائية للأسر الغنية والشرائح العليا من الطبقة الوسطى من سكان المدن ، وتتجاهل نساء الريف والبوادي إلا في الجرائم وأزمة الشغالات ،

٤- تركز وسائل الإعلام العربي على مراحل معينة في حياة المرأة (من سن ٢٠ - ٤٠ عامًا) أي: سن الخصوبة فتولي عناية فائقة للمرأة كزوجة وكأم أما أدوارها وحقوقها في مرحلة الطفولة والمراهقة والشيخوخة فلا تكاد تجد ما تستحقه من اهتمام .

٥- تركز الصحافة النسائية على نجوم المجتمع من الفنانات والرياضيات والدبلوماسيات ونساء الحكم وتتجاهل هموم ومشكلات آلاف النساء من المحاميات والطبيبات والموظفات وربات البيوت والباحثات والفلاحات والعاملات .

٦ - لا تطرح الصحافة النسائية رؤية متوازنة لأدوار ووظائف ومسؤوليات وحقوق المرأة والطفل والرجل داخل الأسرة العربية ، بل تتجاهل الإشارة إلى واجبات ومسؤوليات الرجل وتركز على المسؤوليات والواجبات التقليدية للمرأة وتتعامل مع الطفل باعتباره حلية كمالية داخل الأسرة وليس باعتباره مشروعًا مستقبليًا للمواطن العربي،

٧- تتميز السياسات الإعلامية بالانتقائية والتحيز ضد الإناث ويبرز هذا بوضوح في معظم الموضوعات الصحفية (تحقيقات - تقارير - تعليقات -

قصص). حيث يتم توظيف تراث الحكم والأمثال والقصص الشعبي في إعادة إنتاج الصور التقليدية للعلاقات بين الرجل والمرأة وبينهم وبين أطفالهم .

٨- تتجاهل الصحف النسائية الاحتياجات الثقافية والاتصالية للجماهير النسائية في الريف والحضر والبوادي فلا تخصص إلا نادرًا بريد للقارئات، أو برامج المستمعات والمشاهدات ، كما لا تنظم بصورة كافية حملات إعلامية للتوعية الصحية والبيئية أو للثقافة الأسرية للقطاعات النسائية المحرومة من هذه الخدمات.

٩ - تركز الصحف النسائية على الأدوار الاستهلاكية للمرأة والطفل مستخدمة الإعلانات والأعمال الدرامية التي يتم توظيفها لإعلاء صوت الاستهلاك والفردية والإثراء السريع والقيم الربحية سواء في أعياد الميلاد أو الزواج أو الوفاة مما يغرس أنماط من السلوك الاستفزازي لدى الجمهور المتلقي.

التحديات التي تواجه الصحافة النسائية :

في ضوء الواقع العربي الراهن الذي يزخر بالانجازات والتحديات والمتناقضات والذي يشهد تصاعد ثقافة الصورة وفقدان مؤسستي الأسرة والمدرسة لوظائفهما في ظل العولمة التي تسعي من خلال الفضائيات وشبكات المعلومات إلى توحيد العالم من خلال تنميط الأذواق وبرمجة البشر في منظومة ثقافية ترسخ النزعة الاستهلاكية وتنشر قيم الفردية والروح النفعية لصالح السوق العالمية والأسواق المحلية .

في ضوء كل ذلك تبرز الإشكالية الخاصة بموقف الإعلام العربي وفى قلبه الصحافة النسائية من قضايا المرأة ويصبح السؤال المطروح- ماذا قدمت الصحافة النسائية للمرأة العربية وهل تسعى حقا إلى تغيير أوضاعها المتردية أم تكتفي برصد الواقع النسائي بسلبياته وايجابياته أم تسعى متعمدة إلى الترويج لمنظومة القيم الاستهلاكية من خلال استغلال المرأة في الإعلانات والدراما على حسب التراث القيمي والثقافي العربي ؟ وقبل أن نحاول الإجابة على هذا السؤال علينا أن نرصد التحديات التي تواجه الصحافة النسائية العربية .

فلا شك أن هناك الكثير من العوائق والصعوبات والتحديات التي رافقت الصحافة النسائية العربية منذ نشأتها ولا يزال معظمها قائمًا حتى اليوم ويمكننا أن نميز بين نوعين من التحديات:

أولًا: تحديات اجتماعية ثقافية تعزي إلى الموروثات التاريخية التي تكرس فكرة النقص الأنثوي ودونية المرأة واعتبارها مخلوقًا يفتقر إلى العقلانية والتوازن ولا تزال هذه الموروثات تؤثر بصور عديدة علنية وخفية على العقل الجمعي في المجتمعات العربية مما ينعكس بصوره سلبيه على السياسيات الإعلامية تجاه المرأة العربية وقضاياها

ويشير المشهد الراهن إلى وجود أربعة تيارات فكرية تتحكم في السياسات الإعلامية العربية تجاه المرأة وقضاياها، وهي التيار السلفي التقليدي الذي يستمد مشروعيته من الموروثات الثقافية والتفسير الذكوري للأديان الذي يرفع من شأن الرجل على حساب المرأة، والتيار الاجتماعي التحرري الذي يرجع إلى دعوات الرواد أمثال: رفاعة الطهطاوي، وقاسم أمين، والطاهر حداد، وخير الدين التونسي، وعبد الرحمن الكواكبي الذين طالبوا بتحرير المرآة ضمن حركة الإحياء القومي، والتيار النسوي الوافد من الغرب الذي يحصر نضال المرأة في أطر معزولة عن حركة المجتمع ويدعو إلى تحطيم النظام الأبوي ثم التيارالعولمي الذي يستفيد من المرأة كعنصر استهلاكي ومادة إعلانية جذابة وكقوة عمل رخيصة غير مؤمنة.

ولقد انعكست هذه التيارات على مواقف الإعلام العربي وفي قلبه الصحافة النسائية من قضايا المرأة ولا تزال الغلبة للتيار السلفي التقليدي الذي يستثمر مقولاته ويكرسه التيار العولمي أما التيار الاجتماعي التحرري الذي يعبر عن نفسه في التيارات المعاصرة التي تنادي بضرورة تمكين المرأة من الحصول على حقوقها المجتمعية من خلال إدماجها في كافة الأنشطة السياسية والاقتصادية والثقافية لا يزال هذا التيار يجاهد كي ينتزع لنفسه موقعًا لائقًا في الإعلام النسائي العربي مقروءًا ومسموعًا ومرئيًا .

ثانيا: تحديات مهنية تتعلق ببيئة العمل الصحفي والإعلامي عمومًا والصحافة النسائية على وجه الخصوص وتشمل علاقات العمل داخل المؤسسات الصحفية وتأثيرها على السياسات التحريرية تجاه قضايا المرأة وأدوارها وهموم الصحفيات العربيات.

يشير المشهد الإعلامي العربي الراهن إلى وجود العديد من القيود المهنية التي توثر بصورة سلبية على الأداء المهني للصحفيات والسياسات التحريرية تجاه قضايا المرأة وتتعلق بسيطرة الطابع السلطوي الأحادي الجانب على علاقة

القيادات الإعلامية بالمحررين والمحررات وغياب عنصر المشاركة والتشاور. يضاف إلى ذلك علاقة الصحفيين والصحفيات بمصادر المعلومات التي تحكمها المصالح الشخصية وغياب الوعي بضرورة تدفق المعلومات وتداولها إعمالا لحق المعرفة والاتصال وضمانًا لأداء الصحافة لرسالتها في نشر الوعي الصحيح بالقضايا المجتمعية وفي مقدمتها قضايا المرأة .

هذا وتشير الدراسات إلى افتقار معظم الإعلاميات العربيات إلى الوعي الثقافي والمجتمعي مما أدي إلى إسهامهن بوعي أو بدون وعي في إعادة إنتاج القيم المعوقة للتطور. وقد لوحظ أن السياسات الإعلامية الخاصة بالمرأة والأسرة لم يطرأ عليها أية تغييرات إيجابية من خلال فترة تولي القيادات النسائية في حقل الإعلام ، كما لوحظ أن القيادات الإعلامية الذكورية لا تمتلك تصورًا محددًا إزاء قضايا المرأة إذ يتأرجحون بين الاتجاهات التقليدية السلفية التي تؤمن بالموروثات التاريخية وفكرة النقص الأنثوي وسيطرة النمط الأبوي الذكوري وبين الاتجاهات المتغربة الوافدة وقليل منهم يتبني الاتجاه الاجتماعي المستنير. وينعكس هذا الخليط الفكري في صورة تناقضات يعاني منها الإعلام الخاص بالمرأة والأسرة العربية .

هذا وتعاني الإعلاميات العربيات من الصورة التقليدية السائدة لدى رؤسائهم عن المرأة العاملة في مجال الإعلام إذ يعتبرونها أقل في مستوى القدرات المهنية من زملائها الرجال ، ولذلك يفضلون ترشيح الرجال للدورات التدريبية وللسفر للمؤتمرات الدولية وللمناصب القيادية ، ولا شك أن كثرة الضغوط النفسية والمهنية وعدم التشجيع يصيب الإعلاميات بالإحباط والسلبية ، هذا من جانب بيئة العمل الإعلامي ، أما من جانب مؤسسة الأسرة فالعمل الإعلامي والصحفي على الأخص يتطلب قدرًا من التفرغ والحركة مما يتعارض مع المسؤوليات الأسرية للإعلاميات والتي لا يزال الرجل معفي منها تمامًا داخل المنزل ، أما من جانب المجتمع فلا تزال شرائح اجتماعية عديدة في المجتمعات العربية تنظر إلى عمل الإعلامية والصحفية نظرة غير لائقة مما يخلق صراعات مستمرة بين الإعلاميات ومنظومة القيم الاجتماعية السائدة مما يستلزم ضرورة تغيير أجندة المسؤوليات الاجتماعية والأسرية الملقاة على عاتق النساء عمومًا والإعلاميات على وجه الخصوص ويتطلب تغيير هذه الأجندة ضرورة مشاركة كافة الأطراف المعنية .

الخاتمة:

يلاحظ من خلال تتبع مسيرة الصحافة النسائية في الوطن العربي اعتمادها على الجهود الفردية خصوصًا في بدايات صدورها غير أن ذلك لم يحل دون اهتمامها بطرح الكثير من القضايا الجوهرية مثل التعليم والعمل والسفور والمشاركة السياسية والاجتماعية . وبالرغم من دخول الجمعيات والاتحادات النسائية والمؤسسات الصحفية الكبرى في إصدار العديد من المجلات النسائية منذ الخمسينيات غير أنه شابها الكثير من نقاط الضعف التي تمثلت في غلبة الطابع الدعائي للأنظمة الحاكمة من ناحية وللاتحادات والمنظمات النسائية من ناحية أخري علاوة على سيطرة الإعلانات وتأثيرها على صورة المرأة في المجلات النسائية حيث كان يتم التركيز عليها كعنصر استهلاكي أو كعامل جذب جنسي.

وقد اتسمت معظم المجلات النسائية بظاهرة قصر العمر بسبب اعتمادها على الأفراد وقلة الإمكانيات المادية مما كان يؤدي إلى صعوبة استمراريتها .

هذا وقد اعتمدت الصحافة النسائية في بداياتها على مواد الرأي خصوصًا المقالات والقصص وقد استمر هذا الوضع حتى نهاية الأربعينيات ثم ظهرت بعد ذلك مختلف الفنون التحريرية مثل التحقيق الصحفي والتقارير الصحفية، وتقارير الخدمات والحوارات والأحاديث الصحفية .وقد ظهر بوضوح علاقة التلازم بين ازدهار المجلات النسائية ورواجها ومدى شيوع حرية الصحافة في المجتمعات العربية فكلما سادت حرية التعبير وصدرت القوانين والتشريعات التي تشجع على حرية الإصدار كلما ازدهرت الصحافة العربية عمومًا وفي قلبها الصحافة النسائية . وقد بدا ذلك واضحًا من خلال تتبع المراحل التاريخية المختلفة التي مرت بها الصحافة النسائية في مختلف الدول العربية .

وفي النهاية تقودنا هذه الدراسة والنتاج التي أسفرت عنها إلى طرح السؤال التالي : ما العمل؟

وكيف نستطيع تغيير صورة المرأة العربية في الإعلام وخلق وعي حقيقي بقضاياها ومشاكلها مرتبطًا بمشكلات الواقع العربي الراهن والتحديات التي يواجهها في حقبة العولمة لا وكيف نتوصل إلى إرساء سياسات إعلامية منصفة

ومتوازنة تجاه قضايا المرأة العربية وإشكالياتها، سياسات إعلامية تأخذ في الاعتبار المسؤوليات العديدة التي تتولاها المرأة داخل وخارج المنزل ولا تغفل الانجازات الفعلية التي حققتها المرأة في مجالات التعليم والإنتاج والإبداع الفني والثقافي والعلمي وتبرز العوائق الفعلية التي تحول دور إطلاق طاقات المرأة مثل تركة الموروثات الثقافية والاجتماعية وقوانين الأحوال الشخصية والأمية تراعي طرح آراء المرأة في كافة القضايا المجتمع التي يهتم بها الإعلام في السياسة والاقتصاد والفن والأدب والثقافة والإبداع .

إن الإعلام البديل الذي نتطلع إليه هو الإعلام الذي يتميز بالطابع التربوي والتعليمي ويأخذ بالمنظور النقدي ويستهدف تغيير وجهات النظر التقليدية السائدة حول قضايا المرأة العربية ، ويطرح رؤية نقدية تصمد أمام الإعلام التجاري وتكشف مساوئه ودوره في تزييف وعي الجمهور بوضعية المرأة وأدوارها .. ومن أجل تحقيق هذا الهدف تبرز مجموعة من الضرورات أوجزها على النحو التالي

١- ضرورة الوعي بوضع إستراتيجية قومية للإعلام عن المرأة والأسرة العربية تحدد الأولويات والسياسات والبرامج التنفيذية في مجال الإعلام المقروء والمرئي والمسموع تجاه قضايا المرأة والأسرة العربية وتستهدف إزالة كافة المعوقات التي تحول دون الاستفادة من التطور العلمي والتكنولوجي في مجال الاتصال والمعلومات من أجل توظيف وسائل الإعلام توظيفًا سليمًا يسعي إلى ترسيخ منظومة القيم الإيجابية القادرة على تطوير الأدوار الاجتماعية والثقافية للأسرة العربية في مواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تطرحها حقبة العولمة .

٢- ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام العربية المطبوعة والمرئية والمسموعة من ناحية ومراكز البحوث والجامعات وكافة الهيئات الرسمية والأهلية المعنية بقضايا المرأة والأسرة العربية للإسهام في تطوير البرامج الدرامية ووضع ضوابط أخلاقية للإعلانات التي تتناول القيم الأسرية .

٣- ضرورة التزام القيادات الإعلامية العربية بمراعاة الوظيفة الاجتماعية والثقافية للإعلام وأدواره الحيوية في تشكيل الوعي الصحيح عن الواقع المجتمعي بكل ما يحويه من موروثات ثقافية وتحديات اجتماعية وطموحات إنسانية عادلة.

٤- ضرورة الاهتمام بإعداد برامج تدريبية وتثقيفية للإعلاميين والإعلاميات العرب للنهوض بمستويات الوعي والأداء الإعلامي في مجال المرأة والأسرة .

٥- حث الإعلام عمومًا وعلى الأخص الصحافة النسائية على مراعاة التوازن النوعي في معالجة كافة القضايا السياسية والاقتصادية والثقافية بحيث يتم مراعاة تضمين رأي النساء في هذه القضايا وعدم تهميش لفقيرات في الريف والحضر والبوادي وخصوصًا الطفلة وذلك للمساعدة على خلق تنشئة اجتماعية سوية ومتكافئة بين الجنسين داخل الأسرة وبين الشرائح الاجتماعية المختلفة داخل المجتمع ككل .

٦- حث الجمعيات الأهلية والمنظمات غير الحكومية على إقامة الندوات والأنشطة الجماهيرية المتعلقة بقضايا المرأة والعمل على إدماجها في عملية التنمية والاستعانة بالصحافة النسائية لبثها على أوسع نطاق من خلال تعاونها مع وسائل الإعلام المقروء والمرئي والمسموع .

٧- خلق شبكة اتصال بين المجلات النسائية في الوطن العربي للتنسيق والتعاون وتبادل المواد الإعلامية المتعلقة بقضايا النساء العربيات في الريف والحضر والبوادي.

٨- الاستعانة بالمنظمات الدولية مثل اليونسكو واليونيسيف واليونيفام للإسهام في إصدار مجلات نسائية متطورة في المناطق المحرومة إعلاميًا مثل صعيد مصر والمناطق الريفية النائية في العالم العربي.

وفي النهاية أختتم هذه الدراسة بالتوجه إلى جميع النساء والرجال المنتمين إلى الوطن العرلي للسعي بإخلاص وجدية لإزالة كافة المعوقات التي تحول دون نهوض مجتمعاتنا إلى المستوى اللائق بها، وذلك بالعمل الدؤوب لنشر الفكر العقلاني ، وترسيخ قيمة الانتماء للوطن العربي الكبير والسعي بدأب لإزالة تركة الموروثات التاريخية والقانونية التي تحاصر الجماهير العربية نساء ورجال والتي تهدر الطاقات والمواهب العربية وتسطح الوعي وتلهث وراء الأوهام الاستهلاكية .

البرامج الإذاعية العربية الموجهة للمرأة
الإذاعة المصرية نموذجًا

أ.د. عواطف عبد الرحمن
د.جيهـــــان يـــســري

مقدمة :

تعد المرأة في مجتمعاتنا العربية قوة بشرية هائلة بإمكانها أن تزيد من قوة الأمة العربية عن طريق تأهيلها وتوعيتها وتدريبها وتمكينها من المشاركة في عملية التنمية .. وقد تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بالمرأة وقضاياها وبالدور الذي بإمكان وسائل الإعلام القيام به في عملية التغيير الاجتماعي والتنمية الشاملة وفي تشكيل النسق الثقافي والقيمي لأفراد المجتمع .. ولكن مع الأخذ في الاعتبار أن لوسائل الإعلام طبيعة مزدوجة إما أن تساعد على تغيير القيم والعادات والمفاهيم التقليدية المختلفة فتسهم في زيادة وعي الأفراد لواقعهم وللأدوار الجديدة التي تفرضها ظروف ومقتضيات التنمية والتطور أو تساعد على تثبيت وتعميق القيم والمفاهيم والتصورات التقليدية وتسهم عندئذ في تزييف وعي الأفراد، لواقعهم وذواتهم وأدوارهم الحقيقية.(١)

ولاشك أن الإذاعة الصوتية لا تزال أداة قوية لبث الأفكار والمعلومات والقيم الجديدة وتدعيم ما يخدم منها التطور ومحاربة القيم التي تعوقه ، كما أنها لا تزال أداة فعالة لإثارة وعي الأفراد بالقضايا والموضوعات التي يعايشونها وقد يمارسونها بأنماط سلوكية قد لا تتلائم مع ظروف الحياة الجديدة .(٢)

وقد اهتمت الإذاعة المصرية منذ بدايتها بالمرأة وبقضاياها فكان لبرامج المرأة تواجد فعلى على الخريطة البراجية من أجل تأهيلها للقيام بدورها، وكان للمضمون الذي تتضمنه برامح الإذاعة أهمية خاصة حيث تفرض فيه أن يكون مجالًا خصبًا (٣) لتقديم العديد من القضايا التي تستهدف زيادة عي المرأة المصرية بالقضايا التي تعايشها وتؤثر في حياتها بصفة خاصة وفي مجتمعها بصفة عامة.

ويستهدف هذا البحث تحليل مضمون لعينة من البرامج الإذاعية الموجهة

إلى قطاع المرأة في المجتمع المصري، وتم بثها من ثلاث خدمات إذاعية مختلفة من حيث سياستها وأهدافها وهي البرنامج العام والشرق الأوسط وصوت العرب وذلك خلال الأسبوع الأول من شهر يوليو ٢٠٠٢ ، وتتمثل محاور الدراسة في التعرف أولًا على مضامين تلك البرامج الموجهة إلى المنزل ومنزلتها في الخريطة البراجية لهذه الإذاعات ، ثانيًا على صورة المرأة التي تعكسها هذه البرامج ، وثالثًا مدى تأثير برامج المرأة في الإذاعة على جمهور المتلقين.

وبناء على ما سبق ، فإن هذا التقرير يتكون من ثلاثة محاور:

- **المحور الأول** : الدراسات السابقة التي أجريت على برامج المرأة في الإذاعة المصرية.

- **المحور الثاني** : الإجراءات المنهجية للدراسة وعينة البحث من الخدمات الإذاعية والبرامج التي شملها التحليل.

- **المحور الثالث:** معالجة برامج المرأة – عينة الدراسة – في الإذاعة المصرية لقضايا وموضوعات المرأة والصورة التي تعكسها.

المحور الأول : الدراسات السابقة:

يستهدف هذا المحور إلقاء الضوء على الدراسات السابقة التي تم إجراؤها على برامج المرأة في الإذاعة المصرية للتعرف على أهم نتائجها ومدي تأثيرها على الجمهور المتلقي المستهدف ألا وهو المرأة .

وقد تعددت هذه الدراسات وتنوعت، فمنها الدراسات التحليلية التي استهدفت تحليل مضمون لبعض البرامج الإذاعية ، ومنها الدراسات الميدانية التي استهدفت استقصاء آراء، مجتمع الإناث للتعرف على اتجاهاتهن في هذه النوعية من البرامج وحجم الاستجابة لها ورأيهن في مدي تحقيقها للأهداف المرجوة منها وأوجه إيجابياتها وسلبياتها وهذه الدراسات هي..

١ – دراسة اتحاد الإذاعة والتليفزيون (١٩٧٨)[٤] عن دور الإذاعة الصوتية في توجيه ربات البيوت لأداء دورهن في الأسرة والمجتمع ، وهي دراسة ميدانية قوامها ١٥٠٠ مفردة من ربات البيوت في خمس مدن مصرية وقد أظهرت النتائج ارتفاع نسبة الاستماع إلى الإذاعة لتصل إلى ٨٩.١٦٪ وجاء برنامج إلى ربات البيوت في مقدمة برامج المرأة التي تستمع إليها عينة الدراسة بنسبة ٨٧.٩٪ وتمثلت أوجه الإفادة من هذه البرامج من وجهة نظر المبحوثات

في تعلم طرق حل المشكلات الزوجية ، وطرق إعداد غذاء جديد وأصناف الحلوى، فضلًا عن تعلم أساليب جديدة لتربية الأطفال . . وتؤكد نتائج الدراسة على أن ٩.٥٪من عينة الدراسة تري عدم توافر موضوعات تهم المرأة في برامجها وهي الموضوعات التي تشجع على مواصلة التعليم ، وتناول مشكلات الطفولة والإرشادات الدينية .

٢-دراسة سلوى عبد الباقي (١٩٨١) [٥] عن المرأة والبرامج الإذاعية،وفيها تم تحليل مضمون برنامجي إلى ربات البيوت في البرنامج العام و للنساء فقط في الشرق الأوسط وتم بثهما عام ١٩٧٨، وتوضح النتائج أن المرأة كانت أكثر ظهورًا في دور الأم الذي يرتبط برعاية الأطفال صحيًا وتربويًا، أما دور الزوجة والذي يشكل نسبة ٣١٪ من الحلقات عينة الدراسة فهو دور ثانوي تابع للزوج حيث فيه تبدو صورة المرأة صورة سلبية تنتظر قانعة لرد فعل الرجل، أما ظهورها كأنثى فكان بنسبة ٢٢٪ من إجمالي حلقات الدراسة .

٣- ماجي الحلواني (١٩٨٥) [٦] عن برامج المرأة في الراديو المصري وفيها تم تحليل مضمون ٩٠حلقة من برنامج إلى ربات البيوت في البرنامج العام عام ١٩٨٤ بهدف التعرف على المضامين المقدمة والموضوعات التي يعالجها والقوالب الإذاعية التي يستخدمها ونوعية الجمهور المستهدف .. وأكدت نتائج الدراسة على اهتمام البرنامج في حلقاته بموضوع العلاقات العائلية والتي تضمنت العلاقات الزوجية والترابط الأسري والمعاملة بين الزوجين .. وأن موضوعات البرنامج كانت تستهدف المرأة المصرية بصفة عامة فلم توجه موضوعات خصيصًا للمرأة الحضرية أو الريفية إلا بنسبة محدودة .. وتبين لنا النتائج أن الموضوعات التعليمية بما تشمله من محو أمية وتعليم مستمر وتعليم كبار كانت من الموضوعات التي لم يعالجها البرنامج بقدر كاف ، كذلك الحال بالنسبة للموضوعات المتعلقة بالمشكلة السكانية وآثارها السلبية الناتجة عن كثرة الإنجاب على صحة الأم والطفل وذلك على الرغم من أهميتها وأهمية دور المرأة في مواجهتها .. أما موضوع الوعي السياسي ودور المرأة في الاشتراك في لتنظيمات السياسية والمساهمة في الانتخابات فلم ينل ادني اهتمام .

٤ - دراسة وليد فتح الله (١٩٨٦) [٤] عن الدور الذي يلعبه الراديو كوسيلة اتصال في معالجة القضايا والمشكلات السلوكية في المجتمع المصري وفي ترشيد السلوك الاجتماعي للمواطنين من خلال تحليل ٦ برامج إذاعية من بينها

إلى ربات البيوت والمرأة العاملة، وذلك خلال الفترة من أول يناير وحتى آخر يونية ١٩٨٤ ، كما حدد الباحث ثلاث قضايا لدراستها هي قضية ترشيد الاستهلاك، والمشكلة السكانية، وقضية تشجيع المنتجات الوطنية . وتظهر النتائج أن موضوع العلاقات الأسرية جاء في المركز الأول بين جميع الموضوعات التي عالجتها برامج المرأة ، في حين حصلت البرامج الثلاث التي تركز عليها الدراسة التحليلية علن مراكز متأخرة نسبيًا مقارنة بغيرها من الموضوعات ، كما جاء استخدام المدخل الطبي أو الصحي في المركز الأول بين مداخل الإقناع المستخدمة لمعالجة المشكلة السكانية يليه المدخل الاقتصادي ثم الاجتماعي ثم الديني.

٥- دراسة د . سامية رزق (١٩٨٨)[٨] عن صورة المرأة كما تقدمها برامج المرأة في الإذاعة ومدي تطابقها مع الواقع الحقيقي للمرأة المصرية المعاصرة ، وقد شملت عينة التحليل خمسة برامج إذاعية تم بثها من ثلاث خدمات إذاعية منها برنامج إلى ربات البيوت من البرنامج العام .. وقد أكدت هذه الدراسة على أن المادة الإعلامية الموجهة إلى المرأة تحرص على مخاطبتها في أدوارها التقليدية كأم ثم كزوجة ثم كإمرأة عاملة وتبدو صورة المرأة في غالبية المواقف وقد سيطرت عليها العاطفة في قراراتها وحتى إذا ما قدمت في صورة عقلانية فإن ذلك يقتصر على قراراتها الخاصة بحياتها الأسرية والزوجية من خلال أدوارها كأم وزوجة .. وتشير الدراسة إلى أن البرامج الإذاعية تعاني من ازدواجية الاتجاه فهي تتذبذب بين عرض المرأة في صورة تقليدية تبدو من خلالها مطيعة ، خاضعة ، عاجزة ، الزواج هدفها الأسمى، قلقة من ضياع الزوج، معتبرة الإنجاب محور حياتها، وبين عرض صورة للمرأة المستقبلية والتي تظهر من خلالها في مواقف عصرية فتبدو مستقلة ، مدركة لحقوقها في التعليم وفى العمل وفي المشاركة السياسية وفي اختيار شريك الحياة قادرة على اتخاذ قراراتها بمفردها، ومؤمنة بالمساواة بين الجنسين وحريصة على تحقيق ذاتها، وهي بذلك تعكس الوضع الحقيقي للمرأة المصرية من حيث وجود الصورتين جنبًا إلى جنب.

٦- دراسة د . عدلي رضا (١٩٨٨)[٩] حول برامج المرأة في الراديو ومدى مساهمتها بدور مهم في خدمة قضايا المرأة ومشكلاتها إذا أحسن تقديم مضمون جيد يعبر عن هذه القضايا والمشكلات بما يخدم جمهورها المستهدف ..وقد شمل التحليل ١٧ برنامجًا موجهًا إلى المرأة من تسع خدمات إذاعية خلال الفترة من

١٦ فبراير إلى ١٥ مايو ١٩٨٥ ومن بينها برنامجي إلى ربات البيوت والمرأة العاملة من البرنامج العام ، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن القضايا الاجتماعية جاءت في مقدمة القضايا التي عالجتها برامج المرأة في الراديو وقد يرجع ذلك لأهميتها في حياة المرأة فيما يتعلق بشخصها وبأسرتها وبمجتمعها تليها القضايا الطبية والقضايا الدينية بنسبة ضئيلة .. كما تؤكد النتائج على أن برامج المرأة في الراديو تركز على تناول بعض القضايا والموضوعات وتهمل وتقصر في معالجة بعض القضايا الأخرى رغم أهميتها بالنسبة للمرأة والمجتمع (مثل تنمية الوعي الإدخاري، كيفية إعداد ميزانية الأسرة ، بعض القضايا السياسية وممارسة الحقوق السياسية والدعوة إلى محو أمية المرأة ، ترشيد الغذاء والطاقة والمياه وهو من الموضوعات القومية) مما يستلزم معه ضرورة إعادة النظر في تخطيط شئون برامج المرأة في الراديو.

٧- دراسة د . سامية رزق (١٩٨٩)[١٠] والتي تستهدف التعرف على موقف برامج المرأة إزاء قضاياها المعاصرة ومدي التوافق بين تلك القضايا وبين ما تعايشه المرأة في واقعها الفعلي إلى جانب تحديد الكيفية التي تقدم بها هذه القضايا من حيث المستوي اللغوي والقوالب الفنية في محاولة لترشيد تلك البرامج بما يكفل تطوير محتواها وتضمن حسن استخدامها لزيادة وعي المرأة المصرية بقضاياها الخاصة والمجتمعية ، وقد شملت عينة التحليل خمسة برامج من ثلاث خدمات إذاعية من بينها برنامج إلى ربات البيوت والمرأة العاملة من البرنامج العام خلال الفترة من أول ابريل وحتى آخر يونية ١٩٨٧ .. وقد أظهرت نتائج التحليل أن هناك فجوة واضحة بين نوعيات القضايا التي تشغل اهتمام البرامج وتلك التي تشغل المرأة أو تعايشها في واقعها الفعلي فهي تهتم بالموضوعات التقليدية ولا تحظي في المقابل على تقديم قدر كاف من القضايا التي تؤدي بالفعل إلى تنمية المرأة وتطورها مثل التعليم ، العمل ، المشاركة في الحياة العامة فهي لم ترد كقضايا قائمة بذاتها لها تأثيرها على حياة المرأة ووضعها في المجتمع .. وتظهر النتائج أيضًا أن برامج المرأة تعاني من ضآلة التعرض للقضايا المجتمعية التي تلعب فيها المرأة دورًا حيويًا، بينما في المقابل تهتم اهتمامًا ملحوظًا بقضايا الاقتصاد المنزلي وتركز بصفة خاصة على أمور الطهي وتبدي اهتمامًا ملحوظًا بموضوعات التجميل والموضة بل وتعالجها في إطار يبتعد بها عن الواقعية ويقترب بها من المغالاة والترف بما لا يتلاءم مع الواقع الاجتماعي والثقافي والاقتصادي الفعلي للمرأة المصرية في عموميتها .

٨- دراسة د. جيهان يسري (١٩٩٣)[١١] عن المعالجة الإذاعية لقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري من خلال تحليل مضمون لكل برامج المرأة التي تم بثها خلال الفترة من أول يونيه وحتى آخر أغسطس ١٩٩٢ في خدمتين إذاعيتين وكان من بينها برنامجي (إلى ربات البيوت والمرأة العاملة) من البرنامج العام .. وقد أكدت النتائج على أن قضايا المرأة والأسرة كانت في مقدمة القضايا التي ركزت عليها الإذاعة مثل قضايا تربية الأبناء ورعايتهم ، العلاقات الأسرية، صحة الأسرة ونظام الغذاء كمًا وكيفًا، العلاقات الزوجية .. تليها قضايا المرأة والتنمية ثم الاهتمامات التقليدية للمرأة . وقد ركزت قضايا المرأة والتنمية التي قدمتها الإذاعة على عدد من الموضوعات المهمة منها قضية تنظيم الأسرة ، وإكساب المرأة المهارات والسلوكيات العملية التي تفيدها في حياتها، كيفية مقاومة بعض العادات الاجتماعية المتوارثة المعوقة للتنمية ، عمل المرأة ، الجمعيات والمنظمات النسائية ، محو الأمية وتعليم الأفراد، ثقافة المرأة ودورها في الإنتاج ، تشجيعها على الإبداع فنيًا وأدبيًا وعلميًا وعلى المشاركة في العمل النقابي، ترشيد أنماط الاستهلاك .. وتشير النتاج إلى أن أسلوب التعليل الذي يبين الأسباب والنتائج عند تناول قضية ما أو مشكلة ما كان الاتجاه الغالب على طريقة معالجة الإذاعة للموضوعات. وجاء استخدام برهان المنفعة الذاتية والذي يركز على الفوائد والمصالح التي تتحقق للجمهور حال تبنيه وجهة نظر القائم بالاتصال أكثر استخدامًا يليه البرهان العقلي والذي يستند على الحقائق والأرقام والإحصائيات والبيانات والوثائق. أما برهان العرف الاجتماعي الذي يستند على العادات والتقاليد والأمثال الشعبية والحكم المأثورة للإقناع والبرهان الديني الذي نصوص دينية من القرآن أو السنة والبرهان التاريخي الذي يتجه إلى إثبات الرأي من خلال الاستناد إلى حقائق التاريخ فقد تم استخدامها

٩- دراسة ميدانية أخرى لاتحاد الإذاعة والتليفزيون (١٩٩٣)[١٢] عن تقييم برامج المرأة والأسرة والبرامج الصحية في الإذاعة ، وقد تم تطبيقها على عينة طبقية حجمها ١٢٠٠ مفردة من الإناث البالغات من العمر (١٦ – ٦٥ سنة) على مستوي الجمهورية حضر وريف وأظهرت النتائج أن (١. ٧٧٪) من أفراد عينة الدراسة من الإناث تستمعن إلى الإذاعة ، وأن (٩. ٩٠٪) منهن يستمعن إلى برامج المرأة والأسرة ، وكان برنامج إلى ربات البيوت من أكثر برامج المرأة والأسرة استماعًا.

واستفادت عينة الدواسة الميدانية من النساء من برامج المرأة والأسرة في تعلم بعض الوصفات الغذائية الصحية والمتكاملة العناصر، إرشادات منزلية عامة ، العلاقات السوية بين أفراد الأسرة ، التوعية الصحية للأسرة ، التربية السليمة للأبناء جسديًّا ونفسيًّا .. وتري المبحوثات أن هناك موضوعات لم تحظ باهتمام برامج المرأة في الإذاعة مثل أهمية خروج المرأة للعمل وكيفية صيانة الأجهزة المنزلية البسيطة وتوجيه وتوعية المرأة لمباشرة حقها الانتخابي.

نخرج من استعراض الدراسات السابقة (التحليلية والميدانية) المتعلقة ببرامج المرأة في الإذاعة المصرية بعدة مؤشرات مهمة تأتي في مقدمتها :

١- ارتفاع نسب استماع المرأة في مصر إلى الإذاعة المسموعة بصفة عامة وإلى برامج المرأة بصفة خاصة مما يؤكد على أن الإذاعة ببرامجها لا تزال أداة قوية بإمكانها القيام بدور فعار في التأثير وفي التغيير وفي التوعية بصفة عامة ، وفي عملية تنمية المرأة بصفة خاصة من خلال إكسابها بعض المهارات والسلوكيات العملية التي تفيدها في حياتها، مقاومة بعض العادات الاجتماعية المتوارثة المعوقة للتنمية مما يزيد من مشاركة المرأة في قضايا مجتمعها .

٢- تأتي إذاعة البرنامج العام وإذاعة الشرق الأوسط في مقدمة الإذاعات التي خضعت برامج المرأة فيها لتحليل المضمون ، كما أنها جاءت في مقدمة الإذاعات المفضلة لدي جمهور النساء من حيث معدل الاستماع إليها، فضلا عن ارتفاع نسب الاستماع إلى برامج المرأة والأسرة التي تقدمها هذه الإذاعات ويأتي برنامج إلى ربات البيوت ، والذي يذاع يوميًّا من البرنامج العام في مقدمة برامج المرأة التي تم تحليل مضمونها من جميع الدراسات التي استهدفت دراسة برامج المرأة في الإذاعة المصرية - بلا استثناء - فضلا عن كونه يأتي في مقدمة البرامج التي تحظي بنسب استماع مرتفعة .

٣- اتفقت نتائج الدراسات التي امتدت على مدي ثلاثة عقود من السبعينيات وحتى التسعينيات على أن هناك موضوعات قدمتها برامج المرأة نجحت في إفادة جمهورها من المستمعات ، وفي التأثير فيهن مثل التعريف ببعض الوصفات الغذائية الصحية والمتكاملة العناصر، كيفية إرساء العلاقات السوية بين أفراد الأسرة ، التربية السليمة للأبناء جسديًّا ونفسيًّا ، التوعية الصحية للأسرة (مثل التوعية بتنظيم الأسرة وبخطورة الحمل المبكر أو المتكرر، الرعاية الصحية للطفل ، التوعية بالأمراض وكيفية الوقاية منها).

٤- هناك فجوة واضحة بين نوعيات القضايا التي تشغل اهتمام البرامج وتلك التي تشغل اهتمام المرأة أو تعايشها في واقعها الفعلي.. وانعكس ذلك في ضعف اهتمام برامج المرأة الإذاعية ببعض الموضوعات المهمة مثل أهمية عمل المرأة، توعيتها بحقها الانتخابي، الموضوعات التعليمية بما تشمله من محو أمية، وتعليم مستمر، وحثها على المشاركة في الحياة العامة، والإرشادات الدينية أو بمعنى أكثر تحديدًا لا تحرص البرامج على تقديم قدر كاف من القضايا التي تؤدي بالفعل إلى تنمية المرأة وتطورها.

٥- مازالت الصورة التقليدية السلبية التي قدمتها البرامج عن المرأة أكثر ظهورًا من الصورة الايجابية وتمثلت أبرز ملامحها في إظهار المرأة كعاجزة عن التفكير وعن الرد السليم، حاجتها دائمًا إلى سند وعون خارجي، مترددة، لحوحة، ثرثارة، غير دقيقة، تتسبب في الشجار بين الرجال، تنشغل بجمالها خارج المنزل أما داخله فينعدم اهتمامها بمظهرها، الزواج هدفها الأسمى، اعتبار الإنجاب محور حياتها، قلقها من ضياع الزوج وعدم ثقتها فيه.. أما صورتها الإيجابية فتمثلت في إظهارها كامرأة عصرية، قادرة على مواجهة المشكلات الصعبة والتكيف السليم معها وعلى استقلالها الشخصي والقدرة على اتخاذ قرارات فردية، معاونة الأهل والأصدقاء، التمرد على أطماع الزوج، التضحية من أجل الزوج والأبناء، امرأة عصرية تحرص على أهمية حقها في التعليم والعمل وفي المشاركة السياسية وفي المساواة بين الجنسين وفي تحقيق ذاتها.

٦- غلبة الاتجاه التحليلي الذي يربط بين الأسباب والنتائج عند تناول قضية ما، أو موضوع على طريقة معالجة الإذاعة للموضوعات والقضايا التي قدمتها برامج المرأة، وكان مسار برهان المنفعة الذاتية أكثر استخدامًا من المسارات الأخرى منها البرهان العقلي وبرهان العرف الاجتماعي والبرهان الديني.

٧- تزايد أهمية مضمون البرامج الإذاعية الموجهة للمرأة لكونه مجالا خصبًا لتقديم العديد من القضايا التي تستهدف زيادة وعي المرأة المصرية بالقضايا التي تعايشها وتؤثر في حياتها.

مما سبق نخلص إلى أن للمرأة دورًا مهمًا في تنمية مجتمعها، وأن قضايا المرأة هي قضايا المجتمع بأسره، وأن وسائل الإعلام ومن بينها الإذاعة هي مرآة عاكسة لما يدور في مجتمع من المجتمعات بإمكانها نقل الخبرة والمعرفة للمرأة في

شتي المجالات وعلى كافة المستويات ؛ لذا فمن الضروري مخاطبة المرأة من خلال البرامج الإذاعية باعتبارها شريكة في الحياة لها مسؤوليتها في تنمية مجتمعها وفي تطويره ، كما يجب أن تعكس البرامج أيضًا كيفية النهوض بها مع تعريفها بحقوقها وتشجيعها على الانضمام إلى مشاريع التنمية والتركيز على ضرورة تعليمها ؛ لأن هناك علاقة متبادلة وقوية بين التعليم وزيادة الوعي فتعليم المرأة وارتفاع مستواها يؤدي إلى ارتفاع طموحها وتطلعها إلى حقوقها.

المحور الثاني : الإجراءات المنهجية للبحث:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تتعدى مرحلة الرصد إلى التحليل والتفسير وعقد المقارنات وتعتمد على منهجي المسح ودراسة الحالة للتعرف على خصائص البرامج الإذاعية الموجهة للمرأة في مصر ويتم استخدام أسلوب تحليل المضمون كأداة لتحليل هذه المادة الإذاعية والخروج منها برؤية واضحة لواقع التناول البراجمي لموضوعات وقضايا المرأة والصورة التي تعكسها، كما تعتمد الدراسة على المنهج المقارن، وذلك في إطار المقارنة بين نتائج الدراسات السابقة التي أجريت عن برامج المرأة في الإذاعة المصرية والصورة التي تعكسها عن المرأة وتأثيرها المتوقع على الجمهور المتلقي وبين نتائج هذه الدراسة التحليلية .

مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث في جميع الخدمات الإذاعية العمومية في مصر أي ذات التوجه العام إلى جميع أفراد المجتمع المصري والتي يسهل التقاط بثها في أي بقعة من بقاع جمهورية مصر العربية ، كما يتمثل في جميع البرامج الإذاعية الموجهة للمرأة من هذه المحطات .. ونظرًا لصعوبة الحصر الشامل لجميع هذه الخدمات وجميع هذه البرامج حيث أن لمصر محطات إذاعية عديدة ومن ثم برامج كثيرة تستهدف قطاع المرأة فإنه سيتم الاعتماد على أسلوب العينة .

عينة البحث :

أولا : عينة الخدمات الإذاعية :

تم اختيار ثلاث خدمات إذاعية لكل منها سياستها وأهدافها وتوجهاتها مما ينعكس بالتالي على برامجها ونوعية المضامين التي تتناولها وهي محطات إذاعية عريقة بدأت منذ فترة زمنية طويلة وهي البرنامج العام ، الشرق الأوسط ، وصوت العرب ، وهذه المحطات الإذاعية المختارة تأتي في مقدمة الخدمات

الإذاعية المفضلة لدي المنتفعين من حيث معدل الاستماع إليها كما تحتل بعض البرامج المقدمة للمرأة من خلال هذه الإذاعات مركزا متقدما من حيث نسبة المتابعة والتفضيل من جانب المستمعات .

شبكة البرنامج العام . . وتضم إذاعة البرنامج العام وهي أول رسمية في مصر يرجع تاريخ إنشائها إلى عام ١٩٣٤، وتعد صوت مصر الرسمي الذي يخاطب كل المصريين في الداخل والخارج على مدي ٢٤ساعة يوميا يغطي إرسالها كل الأرض المِصرية كما أنه محمل أيضا على الأقمار الصناعية لتغطية بعض الدول الأوربية والأمريكية .. وتحرص الشبكة على تبني السياسات القومية وتعكسها من خلال برامجها .. وقد حرصت إذاعة البرنامج العام منذ بداية إرسالها وحتى الآن على التوجه إلى المرأة .

إذاعة صوت العرب .. وهي إحدي إذاعات الشبكة العربية ، وقد أنشئت الإذاعة عام ١٩٥٣ بعد عام واحد من قيام ثورة يوليو ١٩٥٢ وتهدف إلى الشعور القومي العربي ، وإبراز الروابط العميقة التي تجعل من الوطني العربي أسرة واحدة ذات مصير واحد وإلقاء الأضواء على إمكانات الأمة العربية ومجالات العمل العربي المشترك وتبث إرسالها على مدار ٢٤ساعة يوميا وحرصت إذاعة صوت العرب على التوجه إلى المرأة العربية ببرامج خاصة بها وبالأسرة.

شبكة الشرق الأوسط .. وتضم إذاعة الشرق الأوسط فهي إذاعة تجارية منذ نشأتها وحتى الآن ، بدأت إرسالها في مايو ١٩٦٣ كخدمة إعلامية لها طابعها المميز وتعتمد في تمويلها ودخلها على الإعلان كوسيلة لدعم برامجها ، وتهتم بتنمية كافة الأحداث والمناسبات وتشارك في نشر السلوك البناء وإرساء القيم والتقاليد وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي والعلمي وتساهم في تدعيم وتنميه الوعي السياسي والاجتماعي والسياحي والعلمي وتساهم في تدعيم دخل اتحاد الإذاعة والتليفزيون من خلال جذب المستمع والمعلن بما تقدمه من فترات مفتوحة وبرامج جذابة وتقدم إذاعة الشرق الأوسط برامج خاصة بالمرأة

ثانيا عينة البرامج :

من البرنامج العام :

١ – برنامج إلى «ربات البيوت» برنامج يومي يقدم في الفترة الصباحية من لساعة ٩.١٥ لمدة نصف ساعة وهو من أشهر البرامج الإذاعية الخاصة

بالمرأة والتي تناولته العديد من البحوث بالدراسة والتحليل كما يعد في مقدمة برامج المرأة التي تحظي بنسب استماع مرتفعة ((الأكثر استماعا)) ، والبرنامج يناقش المشكلات والموضوعات ، يقدم المادة الدرامية والاستشارات الطبية ، يتابع أنشطة رابطة المرأة ويلقي الضوء على الندوات والمؤتمرات التي تهم المرأة إعداد وتقديم سهام كمال وأماني الصياد .

٢- برنامج ((المرأة العاملة)) برنامج أسبوعي مدته ربع ساعة يذاع يوم الأحد قدم في الفترة المسائية من الساعة ٦.٣٠ - ٦.٤٥ إعداد وتقديم فاطمة محمود.

٣- برنامج ((ينابيع الحب)) برنامج أسبوعي مدته وبع ساعة ، يذاع يوم الأحد مساءً من الساعة ٩.٣٠ وحتى الساعة ٩.٤٥ .. برنامج موجه للآباء والأجداد، يقوم بإلقاء الضوء على الظروف التي يعيشون فيها، قصصهم مع الأبناء والأحفاد يسعي إلى التأكيد على أهمية تواصل الأبناء مع الأمهات المسنات حفاظًا على ظروفهن النفسية ، فضلا عن دوره في إلقاء الضوء على المشكلات الصحية وعلامات الخطر في سن النضج وكيفية تلافي ذلك ، البرنامج من إعداد وتقديم سهام كمال .

من الشرق الأوسط:

٤- برنامج ((حبيبتي يجب أن تكون)) يذاع يوم الجمعة مساءً من الساعة ٩.٧٠ وحتي الساعة العاشرة .. يستهدف تقديم كل ما هو جديد ويهم المرأة من أنشطة وخدمات وفرص عمل وتثقيف صحي ومحو الأمية فضلا عن التعريف بالجمعيات الأهلية وبأنشطتها التي تستهدف زيادة فاعلية دور المرأة في تنمية المجتمع ، البرنامج من إعداد وتقديم أمل مسعود .

من صوت العرب:

٥- برنامج ((حواء ١٠ على ١٠)) برنامج أسبوعي يذاع يوم الاثنين من الساعة ١٠.٣٠ إلى الساعة ١٠.٤٠ مدته عشر دقائق يهدف إلى إبراز النماذج الناجحة والمشرفة للمرأة العربية في محاولة لتسليط الضوء على مشوار النجاح وأساليب تحقيقه وكيفية الحصول عليه ، البرنامج الوحيد الذي يقوم بإعداده وتقديمه رجل هو: عيد الرحيم محمود .

٦- برنامج ((بريق حبات اللؤلؤ)) برنامج غير دوري ومدته ساعة

(٦٠ دقيقة) يستهدف إلقاء الضوء، على نساء رائدات في كل المجالات (من سياسة ، علوم ، فضاء، إعلام ، فن ، تاريخ ..) بدءًا من عصر الفراعنة وحتى عصرنا الحالي البرنامج من إعداد وتقديم أمينة صبري ، ومديحة الغنيمي، ويشارك في الإعداد منال ماجد ونيفين الشيشيني.

المحور الثالث نتائج المعالجة الإذاعية لبرامج المرأة

سيتم في هذا المحور عرض لنتائج تحليل المضمون للبرامج الستة – عينة الدراسة التحليلية – التي قدمتها الإذاعة المصرية على النحو التالي :

وصف وتشخيص لهذه البرامج من حيث دوريتها، نوعها، عدد الفقرات وأساليب الربط المستخدمة بينها، وشكل تقديمها، الزمن الذي استغرقته ، إعداد وتقديم البرامج ، الموضوعات التي عالجتها، الصور التي عكستها عن المرأة ، أسلوب المعالجة من حيث اتجاهات الخطاب المستخدم ومرجعيته .

جدول رقم (١)

عينة البرامج التحليلية من حيث مدتها ونوعها

الخدمة الإذاعية	البرنامج	المدة الزمنية	دوريته			نوعه
			يومي	أسبوعي	غير دوري	
البرنامج العام	إلى ربات البيوت	٣٠ق	١	-	-	١
	المرأة العاملة	١٥ق	-	١	-	١
	ينابيع الحب	١٥ق	-	١	-	١
صوت العرب	حواء ١٠ على ١٠	١٠ق	-	١	-	١
	بريق حبات اللؤلؤ	٦٠ق	-	-	١	١
الشرق الأوسط	حبيبتي يجب أن تكون	٣٠ق	-	١	-	١
الإجمالي	٦ برامج	١٦٠ق	١	٤	١	٦

يوضح الجدول رقم (١) أن عينة التحليل اشتملت على ٦ برامج مختلفة موجهة للمرأة تم بثها خلال الأسبوع الأول من شهر يوليه ٢٠٠٢ من ثلاث محطات إذاعية عامة هي البرنامج العام والشرق الأوسط وصوت العرب بواقع حلقة من كل برنامج شغلت مساحة زمنية قدرها ١٦٠ دقيقة بما يوازى ساعتين وأربعين دقيقة ، وقد تفاوتت المدد الزمنية التي استغرقها بث كل برنامج ما بين عشر دقائق لبرنامج حواء ١٠ على ١٠ من صوت العرب ، و١٥ دقيقة لكل من برنامجي المرأة العاملة و ينابيع الحب من البرنامج العام و٣٠دقيقة لكل من برنامجي إلى ربات البيوت من البرنامج العام ، حبيبتي يجب أن تكون من الشرق الأوسط، وما بين ٦٠دقيقة أي ساعة كاملة للسهرة الإذاعية بريق حبات اللؤلؤ من صوت العرب .

وتؤكد النتائج على أن البرامج عينة الدراسة كلها برامج مسجلة وتنوعت دوريتها ما بين أسبوعي ٦٦.٧٪ لأربعة برامج هي ((المرأة العاملة)) و ((وينابيع الحب)) و ((حواء ١٠ على ١٠)) و ((حبيبتي يجب أن تكون))، وبين يومي لبرنامج إلى ((ربات البيوت)) ١٦.٧ ٪ ، وغير دوري للسهرة الإذاعية ((حبات اللؤلؤ)) ١٦.٧٪.

جدول رقم (٢)

عدد الفقرات التي يتضمنها كل برنامج وشكل التقديم وأساليب الربط بين الفقرات

الفقرات / البرنامج	عدد الفقرات		شكل التقديم			أساليب الربط في البرنامج		
	العدد	النسبة	حديث	حوار	دراما	بدون ربط		موسيقى + أغاني
إلى ربات البيوت	٥	١٩٪	١	٣	١	-		١
المرأة العاملة	٣	١١٪	١	٢	-	١		-
ينابيع الحرب	٣	١١٪	١	٢	-	-		١
حواء ١٠ على ١٠	٢	٧٪	١	١	-	١		-
حبات اللؤلؤ	١٠	٣٧٪	١٠	-	-	-		١
حبيبتي يجب أن تكون	٤	١٥٪	١	٣	-	-		١
الإجمالي	٢٧		١٥	١١	١	الإجمالي	٢	٤
النسبة	١٠٠٪		٥٥,٦٪	٤٥,٧٪	٤,٧٪	النسبة	٣٣,٢٪	٦٦,٧٪

عدد الفقرات:

بلغ إجمالي عدد الفقرات التي شملتها عينة التحليل من البرامج الموجهة للمرأة ٢٧ فقرة إذاعية جدول رقم (٢) وقد جاء برنامج حبات اللؤلؤ في الترتيب الأول من حيث ارتفاع فقراته بنسبة٣٧٪ من إجمالي عدد الفقرات ويرجع ذلك إلى طول مدته الزمنية التي تقترب من الساعة والتي انعكس بدورها على كم الفقرات التي يشتملها يليه برنامج إلى ربات البيوت بنسبة ١٩ ٪، حبيبتي يجب أن تكون ١٥٪ ثم تساوي برنامجي المرأة العاملة و ينابيع الحب في عدد الفقرات بنسبة ١١٪ بينما جاء برنامج حواء ١٠ على ١٠ في الترتيب الأخير بنسبة ٧٪.

أساليب الربط داخل البرنامج

يوضح الجدول رقم (٢) أن نسبة ٣٣.٣٪ من البرامج لا توجد بها فواصل ربط بين فقراتها على الرغم من تعدد فقراتها وهي المرأة العاملة وحواء ١٠ على ١٠، في حين حرصت نسبة ٦٩.٧٪ من البرامج على استخدام فواصل موسيقية وأغاني كأسلوب للربط بين فقراتها مما يساعد على جذب الانتباه وإضفاء مزيدا من الحيوية عند الانتقال من فقرة إلى أخرى، فضلا عن خلق الجو النفسي لتلقي المادة الإذاعية مما يزيد من تأثيرها وفاعليتها .

جدول رقم (٣)

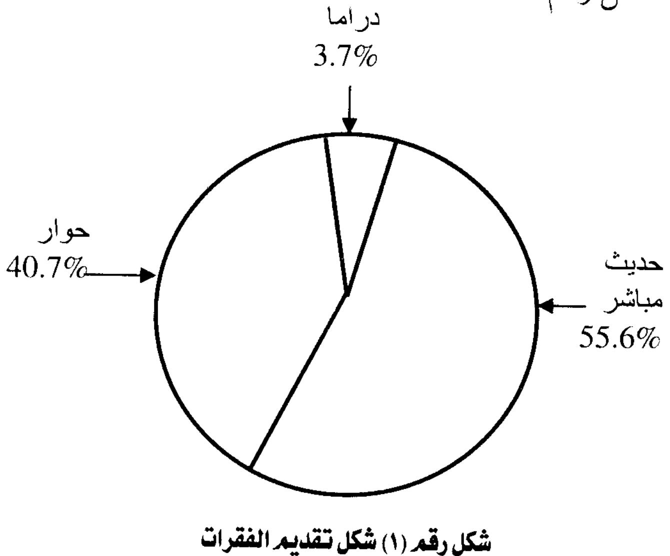
زمن كل فقرة وفواصل الربط بينها

الفقرات والفواصل	الزمن	٪
الفقرات	١٤٢ق	٨٨,٧٥٪
الفواصل	١٨ق	١١,٢٥٪
الإجمالي	١٦٠ق	١٠٠٪

يوضح لنا الجدول رقم (٣) الفقرات التي تضمنتها حلقات البرامج الخاضعة للتحليل استغرقت ١٤٢ دقيقة أي بنسبة ٨٨.٧٥٪ من إجمالي الزمن الكلي لعينة الدراسة ، في حين شغلت فواصل الربط بين فقرات البرامج من موسيقي وأغاني زمنًا قدره ١٨ دقيقة بنسبة ١١.٢٥٪ من الزمن الكلي.

شكل تقديم الفقرات:

تنوعت أشكال تقديم فقرات برنامج المرأة ما بين حديث مباشر وحوار إذاعي ودراما شكل رقم (١).



شكل رقم (١) شكل تقديم الفقرات

وقد جاء شكل الحديث المباشر في مقدمة الأشكال الإذاعية المستخدمة في التقديم بنسبة ٥٥.٦٪ في حين احتل الحوار الإذاعي الترتيب الثاني بنسبة ٤٠.٧٪ أما الدراما فقد تمثلت في فقرة واحدة تم تقديمها في شكل مسلسل إذاعي وبلغت نسبتها ٣.٧٪.

ويوضح الجدول رقم (٢) أن برنامج «إلى ربات البيوت» هو البرنامج الوحيد الذي تنوعت فقراته وجمعت بين شكل الحديث المباشر والحوار والدراما فضلاً عن تنوع أساليب الربط بينها مما يساعد على زيادة تأثير البرنامج في مستمعيه وفي جذب انتباههم.

كما تظهر النتائج وجود أربعة برامج تنوعت فقرات تقديمها ما بين الحديث المباشر والحوار وهي:

المرأة العاملة والذي لم يستخدم أية فواصل ربط بين فقراته.

ينابيع الحب، وقد اعتمد على الفصل بين فقراته بالموسيقى وبتقديم أغنية

حواء ١٠ على ١٠ ، ولكنه لم يستخدم أية فواصل بين فقراته.

حبيبتي يجب أن تكون ، وقد حرص على تقديم الأغاني كفواصل ربط بين فقراته .

أما برنامج بريق حبات اللؤلؤ فكان البرنامج الوحيد الذي اعتمد في تقديم فقراته على شكل إذاعي واحد وهو الحديث المباشر ، ولكن تنوعت الفواصل المستخدمة في الربط بين هذه الفقرات ما بين موسيقي وأغاني بل وبعض التسجيلات الصوتية لأصوات النساء اللاتي تناولتهن الفقرات مثل صوت السيدة هدي شعراوي والصحفية أمينة السعيد والنائبة في مجلس الشعب عن الصعيد في الوقت الحالي السيدة ناريمان الدرمللي مما كان له أثر بالغ في جذب الانتباه والتأثيم بر في المتلقي وكسر حدة الملل الذي قد يحدثه استخدام الحديث المباشر فقط.

الإعداد والتقديم :

جدول رقم (٤)

برامج المرأة من حيث الإعداد والتقديم

الإعداد والتقديم / البرنامج	الإعداد		التقديم	
	مرأة	رجل	مرأة	رجل
إلى ربات البيوت	١	-	١	-
المرأة العاملة	١	-	١	-
ينابيع الحرب	١	-	١	-
حواء ١٠ على ١٠	-	١	-	١
حبات اللؤلؤ	١	-	١	-
حبيبتي يجب أن تكون	١	-	١	-
النسبة ١٠٠٪	٠.٨٣٪	١٦,٧٪	٨٣,٣٪	١٦,٧٪

يوضح الجدول رقم (٤) أن ٨٣.٣٪ من البرامج يقوم بإعدادها وتقديمها المرأة وهي نتيجة طبيعية فهي الأجدر على مخاطبة المرأة في كافة الموضوعات التي تهمها وأيضًا التي تتعلق بها كامرأة ، إلا أن هناك برنامجًا واحدًا ((حواء ١٠ على ١٠)) من إذاعة صوت العرب يقوم بإعداده وتقديمه رجل مع العلم بأنه نادرًا ما يقوم رجل بإعداد وتقديم برامج عن المرأة ، ولكن لأن هذا البرنامج يهتم بإبراز النماذج المشرفة للمرأة العربية الناجحة مع تسليط الضوء على النجاح وتعريف الجمهور بأساليب تحقيقه، وكيفية الحصول عليه لذا كان من الأفضل أن يقوم بتقديمه رجل ؛لأن طبيعة الموضوع تطلب أن يقوم طرف آخر غير المرأة بإلقاء الضوء على نجاحها وتقديمه بشكل يتسم بالموضوعية والحيادية هذا من ناحية.. ومن ناحية أخرى فإن مشاركة الرجل في إعداد وتقديم برامج للمرأة يعد مؤشرًا إيجابيًا على أن موضوعات المرأة وقضاياها لم تعد تخص المرأة فقط بل هي قضايا وموضوعات تخص المجتمع بأسره ينبغي أن يشارك فيها الجميع دون تحديد لجنس بذاته.

الموضوعات التي عالجتها البرامج:

تعددت الموضوعات التي عالجتها برامج المرأة عينة التحليل في الإذاعة المصرية جدول رقم (٥) واختلف ترتيبها من حيث العدد ومن حيث الزمن.

أولا : الترتيب من حيث عدد الفقرات:

- احتلت موضوعات ((الاقتصاد والتنمية) الترتيب الأول بنسبة ٢٢٪ يليها في الترتيب الثاني كل من ((الموضوعات الاجتماعية)) و ((الثقافية)) بنسبة ١٩٪ وتلك التي تجمع بين أكثر من فئة في الترتيب الثالث بنسبة ١٥٪ في الترتيب الرابع ((الموضوعات الخاصة بالتربية والتعليم)) بنسبة ١١٪ ثم ((الموضوعات الصحية)) و ((السياسية)) بنسبة ٧٪ في الترتيب الأخير

ثانيًا : الترتيب من حيث الزمن:

فقد جاءت موضوعات ((الاقتصاد والتنمية)) في الترتيب الأول أيضًا بنسبة ٢٢٪ تليها في الترتيب الثاني بنسبة ١٩.٧٪ الموضوعات الاجتماعية ، في الترتيب الثالث الجمع بين أكثر من فئة بنسبة ١٩٪ وجاء في الترتيب الرابع الموضوعات الثقافية بنسبة ١٧.٦٪ كما جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الخامس بنسبة ٧.٧٪ واشتركت كل من الموضوعات الصحية وتلك الخاصة بالتربية والتعليم في الترتيب الأخير بنسبة ٧٪.

جدول رقم (٥) الموضوعات التي عالجتها برامج المرأة – عينة التحليل في الإذاعة المصرية

البرامج / القضايا أو الموضوع	إلى ربات البيوت		المرأة العاملة		ينابيع الحب		حواء ١٠/١٠		حبات اللؤلؤ		حبيبتي يجب أن تكون		الإجمالي	
	الفترة	الزمن	الفترة	الزمن	الفترة	الزمن	الفترة	الزمن	الفترة	الزمن	الفترة	الزمن	الفقرة ٪	الزمن ٪
صحة	١	٥ق	–	–	١	٥ق	–	–	–	–	–	–	٢ ٪٧	١٠ق ٪٧
تربية وتعليم	١	٥ق	–	–	–	–	١	٢ق	١	٣ق	–	–	٣ ٪١١	١٠ق ٪٧
سياسية	–	–	–	–	–	–	–	–	٢	١١ق	–	–	٢ ٪٧	١١ق ٪٧,٧
اقتصاد وتنمية	–	–	٣	١٥ق	–	–	–	–	–	–	٣	١٦ق	٦ ٪٢٢	٣١ق ٪٢٢
ثقافة	–	–	–	–	–	–	–	–	٥	٢٥ق	–	–	٥ ٪١٩	٢٥ق ١٧,٦
أخرى – اجتماعي	١	٥ق	–	–	٢	٨ق	١	٨ق	١	٧ق	–	–	٥ ٪١٩	٢٨ق ١٩,٧
– الجمع بين أكثر من فئة	٢	١٢ق	–	–	–	–	–	–	١	٨ق	١	٧ق	٤ ٪١٥	٢٧ق ٪١٩
الإجمالي (الفقرات – الزمن)	٥	٢٧ ق	٣	١٥ق	٣	١٣ق	٣	١٠ق	١٠	٥٤ق	٤	٢٢ق	٢٧ ٪١٠٠	١٤٢ق ٪١٠٠

جدول رقم (٦) النسبة العامة لمشاركة المرأة في البرنامج من حيث المدة الزمنية

البرامج / شكل المشاركة	إلى ربات البيوت		المرأة العاملة		ينابيع الحب		حواء ١٠/١٠		حبات اللؤلؤ		حبيبتي يجب أن تكون		الإجمالي		الإجمالي
	رجل	مرأة	رجل	مرأة	رجل	مرأة	رجل	مرأة	رجل	مرأة	رجل	مرأة	رجل الزمن ٪	مرأة الزمن ٪	
التقديم	–	٩ق		٤ق	–	٢ ق	٣ق			١٣ق	–	٤ق	٣ ق ٥,٤٪	٣٣ ق ٤٠,٧٪	٣٦ ق ٢٦,٣٪
الضيوف الخبراء	٤ ق	٩ق	٩ق	٢ق	–	٤ ق	–	٧	٢٨	١٣	١٢ ق	٧ق	٥٢ ق ٩٤,٦٪	٤٢ ق ٥١,٩٪	٩٥ ق ٦٩,٣٪
الجمهور العادى	–	–	–	–	–	٦ ق	–	–	–	–	–	–	–	٦ ق ٧,٤٪	٦ ق ٤,٤٪
الإجمالى بالدقيقة ١٣٧	٤ ق	١٨ق	٩ق	٦ق	–	١٣ ق	٣ ق	٧ق	٢٨	٢٦	١٢ ق	١١ ق	٥٦ ق	٨١ ق	١٣٧ ق ١٠٠٪
النسبة ١٠٠٪	–		–		–		–		–		–		٤٠,٩٪	٥٩,١٪	

- وبمقارنة هذه النتائج بنتائج الدراسات السابقة يتبين لنا أن هناك تطورًا ملحوظًا في الموضوعات التي تناولتها فقرات برامج المرأة لتتلاءم والتغييرات التي حدثت في المجتمع ، حيث جاءت الموضوعات الاقتصادية والتنموية في الترتيب الأول سواء من حيث عدد الفقرات التي تناولتها وأيضًا من حيث الزمن الذي استغرقته وهو ما يعكس مدي استشعار القائمين بالاتصال على أهمية هذه الموضوعات التي تمكن من إشراك المرأة في تنمية مجتمعها فضلًا عن إكسابها المهارات ومساعدتها على العمل سواء داخل منزلها بالمشروعات الصغيرة أو خارجه بما يساعد على زيادة دخل الأسرة ومن ثم ارتفاع مستوي المعيشة وزيادة الإنتاج .. وهذه النتيجة تتباين مع نتائج الدراسات السابقة حيث كانت الموضوعات الاجتماعية في مقدمة اهتمامات البرامج بما تتضمنه من علاقات أسرية وزوجية وغيرها .

- أما الموضوعات الثقافية فقد تأرجح ترتيبها عدديا وزمنيًا ما بين الترتيب الثاني والرابع على الرغم من أهمية دور برامج المرأة حاليًا على زيادة وعي المرأة وضرورة تثقيفها .

- جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الأخير عدديا وقبل الأخير زمنيًا وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات السابقة بل ويؤكده ، لذا فعلى برامج المرأة أن تهتم بضرورة تنمية وعي جمهورها من النساء بالقضايا السياسية ونشر المفاهيم السياسية وممارسة الحقوق السياسية .

وهذه الموضوعات التي قدمتها البرامج الإذاعية سنقدم لها بالتفصيل ، كل موضوع على حدة مقترنا بالبرنامج الذي تناوله لتبدو الصورة أكثر وضوحًا عن طبيعة المضمون الذي تم تقديمه ، وذلك على النحو التالي:

أولا : ، موضوعات الاقتصاد والتنمية

ظهرت هذه الموضوعات في برنامجين فقط هما: المرأة العاملة ، من البرنامج العام و حبيبتي يجب أن تكون ، من الشرق الأوسط وكان أكثر ما ركزت عليه هذه البرامج هو ما يتعلق بعمل المرأة وتوفير الحماية الاجتماعية وظروف العمل المناسب وذلك بالتركيز على النقاط التالية :

برنامج المرأة العاملة:

- التعريف بأهداف منظمة العمل الدولية في دعم المرأة وتحسين الوظائف

التي تشغلها وتحقيق المساواة بين الجنسين وعدم التمييز بينهما .

- النشاط الذي يقوم به مكتب المنظمة في القاهرة وشمال إفريقيا في دعم المرأة العاملة ، وإدراج قضايا المرأة في كل السياسات ومساعدة المرأة صاحبة المنشأة في التسويق ، تحديد الإجراءات التدريبية خاصة وأن احتياجات المرأة غير الرجل .

- أهداف برنامج دعم المرأة تحديدا من حيث خلق فرص العمل ، تنمية المؤسسات وتنمية الموارد البشرية ، تحسين مستوي الوظائف التي تشغلها المرأة وتحسين الدخول ، مسح لقضايا التشغيل والفقر، الاشتراك مع المجلس القومي للمرأة في وضع برنامج لسياسات تدريب المرأة مع توفير التمويل اللازم من منظمات الأمم المتحدة .. وبالنسبة للمرأة العاملة بصفة خاصة التأكيد على أهمية احترام الأحكام الواردة في الاتفاقيات الدولية من المساواة في الأجر وحظر العمل الجبري.

برنامج حبيبتي يجب أن تكون :

- إلقاء الضوء على مؤتمر عن التقنية الحيوية مع التعريف بالتقنية الحيوية فهي تعني الهندسة الوراثية وارتباطها بالمرأة ودورها وأهمية تفعيله .

- تنمية المرأة في المجتمع واختراقها جميع المجالات وبالذات مجال التقنية الحيوية (سواد في الزراعة ، الطب ، العلوم الإنسانية) خلال العشر سنوات الأخيرة .

- دور الجمعيات الأهلية في دراسة سوق العمل وفي تدريب المرأة وتزويدها بمهارات محددة تقنية وسلوكية تمكنها من المساهمة في سوق العمل مثل اللغة والكمبيوتر .

- زيادة دخل الأسرة بعمل مشروعات صغيرة مما يوفر فرص عمل للمرأة وللآخرين على حد سواء.

- توفير قروض للمرأة لعمل بعض المشروعات داخل المنزل من الصندوق الاجتماعي في حدود ١٠٠٠ جنيه سواء كانت مشروعات تقليدية (ماكينة خياطة ، تربية دواجن وأرانب) أو مشروعات في مجالات جديدة عليها (قطع غيار وكمبيوتر) مع مساعدتها في ايجا فرص للتسويق .

- الإرشادات الأساسية لضمان استمرارية المشروع وهي (تحديد الهدف + دراسة جيدة + الصبر +. قوة التحمل + مشروع ناجح).

ثانيا : الموضوعات الاجتماعية

برنامج إلى ربات البيوت :

- بعض مشكلات فترة المراهقة لدي الفتيات والنتائج غير المرغوبة ، منها مشكلات الحب من طرف واحد، واللهفة على الزواج بسبب الغياب الواضح لدور الأمهات بل وخطأ بعضهن في قصر حديثهن مع بناتهن على الزواج فقط .

- أهمية تنشئة البنات على القيم ، مع ضرورة خلق صداقة بين الأم والبنت وزرع الثقة بينهما حتى تطلعها البنت على أسرارها مع التأكيد على أنه بالود والحب يتم تقويم هذه الأفكار في حين أن القهر والعنف لا جدوى منه .

برنامج ينابيع الحب:

- كفاح متواصل لأم مصرية - ربة بيت - في تربية أبنائها .
- التأكيد على أهمية التواصل المستمر مع الأم وإن كانت مسنة.
- كيفية قضاء النزلاء الوقت داخل دار المسنين .

برنامج حواء ١٠على ١٠ :

- السعادة الزوجية سبب رئيسي وجوهري في نجاح المرأة في عملها .

- دور الزوج في إنجاح عمل زوجته .

- الطموح والإصرار والرغبة في إثبات الوجود في العمل المصرفي والوصول إلى منصب مديرة لبنك أجنبي تحقيقًا للتوازن مع الرجل .

- نجاح الأبناء سبب نجاح الأم بل هو امتداد لها، وكل من النجاح الشخصي ونجاح الأم متلازمان .

- تحقيق النجاح يأتي بالتخطيط ووضوح الهدف والطموح والصبر والثقة بالنفس .

برنامج حبات اللؤلؤ:

- علاقات المرأة بزملائها وبرؤسائها في العمل الصحفي وحرب عنيفة من أمينة السعيد حتى تمكنت من تغيير نظرة رؤسائها في العمل إليها ومن إقناعهم بأهمية دورها في الصحافة .

- دور الزوج في حياة الصحفية أمينة السعيد انطلاقا من مقولة أن وراء كل المرأة ناجحة رجل متفتح .

ثالثا الموضوعات الثقافية

ونعني بها هنا الثقافة بمعناها الشامل ومن ثم فهي تتضمن الآداب والعلوم والفنون والتاريخ .. اقتصرت هذه الموضوعات على فقرات برنامج واحد فقط وهو:

برنامج حبات اللؤلؤ:

التاريخ :

- دور المرأة المصرية العادية في مصر الفرعونية ، وتقدير الإنسان المصري القديم للمرأة وتهيئة الفرص لها كي تؤدي دورها .

- الحصول على الألقاب الشرفية فضلًا عن شغلها للعديد من الوظائف في الحياة الدنيا والمجالات الدينية .

- دور المرأة الملكة في مصر الفرعونية بصفة عامة مع التركيز على فترة حكم الملكة حتشبسوت بصفة خاصة باعتبارها علامة على تاريخ المرأة في الحضارة المصرية القديمة مع التعريف بأهم أعمالها داخليًا وخارجيًا في بناء الإمبراطورية القديمة .

العلوم:

تقديم شخصية علمية فخر لنساء مصر عند بحثها في مجال صعب (العلوم الذرية والنووية) وهي د. سميرة موسي إحدى عالمات الذرة من خلال إلقاء الضوء عليها بدءًا من التحاقها بكلية العلوم جامعة القاصرة لكونها من أوائل الملتحقات بالتعليم الجامعي، وتخرجها عام ١٩٣٧ وتدرجها العلمي وتأليفها كتاب في علم (التفاضل والتكامل).. كانت الفيزياء الذرية موضوع دراستها وهو موضوع مهم آنذاك لارتباطه بالانشطار النووي وتصنيع القنبلة الذرية أثناء الحرب العالمية الثانية .. كما تعلمت الفيزياء النووية وتوصلت إلى العديد من الأسرار المهمة .. وفاتها .

- أول امرأة مصرية تعلمت الطيران في الفضاء هي لطفية النادي، كانت فتاة جريئة تعلمت الطيران وحلقت في الفضاء لأول مرة عام ١٩٣٣ وكانت بذلك أول امرأة حاصلة على شهادة طيران كما عملت سكرتيرة لمدرسة الطيران، واحتلت الترتيب الأول في السباق الدولي الذي نظمته مصر عام ١٩٣٥ .

- لندا مسعود أول مصرية تحصل على شهادة معلم طيران تمكنها من تعليم الطيران لغيرها من الرجال والنساء، عملت معلمة لسنوات طويلة حتى تولت التعليم النظري وعلمت الكثيرين من الرجال الطيارين في مصر.

الفنون:

- أم كلثوم كرمز يجسد الإبداع العربي وبالذات إبداع المرأة عندما تجعل من فنها رسالة حياتها وتكرس كل إمكاناتها لتجويد هذا الفن والارتقاء به منذ عقد العشرينيات فضلا عن تأثيرها في وجدان العالم العربي وتجاوز فنها حدود الزمان والمكان .

- دورها الوطني المهم في نكسة ١٩٩٧ فكانت الفنانة الوطنية المنتمية إلى أمة لها أحزانها والتي خرجت إلى كل أقطار الأمة العربية وإلى دول العالم تساعد في جمع الأموال بإنشادها من أجل بناء القوات المسلحة ، تمكنت من إعادة روح الصمود والتكافل بين الشعوب العربية .

- التعريف بالشخصية بتحليل سيرة حياتها والأوسمة التي حصلت عليها وحصولها على جواز سفر دبلوماسي.

رابعًا - الموضوعات السياسية :

برنامج حبات اللؤلؤ:

- صفحات ناصعة من تاريخ النضال الوطني

- حركة تحرير المرأة في مصر في عهد الشيخ محمد عبده وقاسم أمين وسعد زغلول ، وإصرار المرأة المصرية على أن تكون عنصرًا فاعلا في دورها في ثورة عرابي والنساء الشهيدات في معركة الإسكندرية .

- دورها في ثورة سعد زغلول ١٩١٩ والمظاهرات النسائية التي بهرت الإنجليز من جميع الطبقات وتصدي الإنجليز لها .

- قيادات نسائية في القرن العشرين:

- هدى شعراوي ابنة رئيس المجلس النيابي في القرن (١٩) صفية زغلول (ابنة رئيس وزراء مصطفي باشا فهمي)، التعريف بهما وبتاريخهما السياسي ودورهما المهم في الحركة الوطنية .

- مشاركة هدي شعراوي الرجل في الحركة الوطنية وفي العمل العام من خلال الجمعيات الأهلية وإلقاء محاضرات في الجامعة الأهلية آنذاك .

- دورها في فتح باب حضور النساء الاجتماعات مع الرجال وفي انتزاعها الاعتراف بإمكانية رئاسة المرأة المصرية لندوة عامة .

- كانت على رأس المتظاهرات في ١٦ مارس ١٩١٩ والذي أصبح يوم المرأة المصرية - فيما بعد - كما قادت عمليات كتابة العرائض بالمطالبة باستقلال مصر وعودة الزعماء وقيادة المظاهرات ضد الاحتلال .

خامسًا- موضوعات عن التربية والتعليم :

برنامج حبات اللؤلؤ:

- اهتمام رسمي على كافة المستويات بمحو أمية المرأة الريفية ورفع مستوى فتاة الصعيد وتدريب المرأة على الصناعات البيئية .

- طفل القرية : إعادة طفل القرية المتسرب من التعليم .

- الحرص على تعليم البنت في بدايات القرن العشرين (الأربعينيات) والصعوبات التي واجهتها في مراحل التعليم .

- تشجيع الأب ودوره لتربية البنات .

- مقولة مهمة (إذا علمت رجلا تكون قد علمت فرد أ واحدا وإذا علمت امرأة فإنك تكون قد علمت مجتمعًا بأكمله).

برنامج حواء ١٠ على ١٠ :

- التأكيد على أهمية تعليم المرأة في الصعيد .

سادسًا - الموضوعات الصحية :

برنامج إلى ربات البيوت :

- استشارة طبية : عن إصابة فتاة عمرها ١٣ عام بالأنيميا واضطرابات في الدورة الشهرية مع تعريف بالدورة وأسباب اضطرابها ومظاهر الأنيميا وكيفية معالجتها وتقديم النصائح الطبية اللازمة .

برنامج ينابيع الحب :

- علامات الخطر في سن النضج وكيفية تلافيه مثل ظهور دم لدي المرأة بعد انقطاع الدورة الشهرية أهمية الكشف الذاتي على الثدي.

- أخطار السقوط ومشاكل ذلك على العظام .

- أهمية ممارسة الرياضة والحرص على التغذية السليمة .

- كيفية تعويض الهرمونات لدي المرأة مع ضرورة استشارة الأطباء وعدم الاستماع لنصائح الغير وتقليدهم .

سابعًا – الجمع بين أكثر من فئة :

(اجتماعي / اقتصادي)

برنامج إلى ربات البيوت:

- متابعة نشاط رابطة المرأة العربية ومدي احتياجات المجتمع لمرأة عصرية متفتحة مختلفة.

- تعريف بمشروع تدريب الكوادر النسائية على القيادة في النقابات المختلفة والغرض منه : اكتساب مهارات قيادية لترقي المناصب ، تعريف بالنقابات ودورها والنظم التي تحكم العمل بها والخدمات التي تقدمها لخدمة المرأة وقضاياها، الصعوبات التي تواجهها وكيفية حلها .

(اجتماعي / إعلامي)

برنامج إلى ربات البيوت:

- ندوة للهيئة العامة للاستعلامات عن تفعيل دور الإذاعيين في مواجهة المشكلة السكانية .

- تعريف بإذاعة جنوب سينا وبالعاملين فيها الرجال أكثر من النساء (٣ سيدات فقط) وبدور الإعلام المحلي في حل مشكلات وقضايا مجتمعه .

- العادات والتقاليد السيناوية ومنها ، تقدير للمرأة والبنت ، إدراك المجتمع السيناوي لأهمية تعليم البنات وبالذات لدي البدو وحرص الأمهات على ذلك.

- تقبل المجتمع السيناوي للمشكلة السكانية (في بعض جوانبها فقط) مثل

أهمية المباعدة بين فترات الحمل والمتابعة الطبية ، أما الجوانب الأخرى التي يصعب التعرض لها فهي (ختان الإناث ، فحوصات ما قبل الزواج ، تعدد الزوجات).

(صحية + سياسية + تربية وتعليم)

برنامج حبات اللؤلؤ:

- مشاركة المرأة المصرية في الحياة السياسية ، ولأول مرة أقر دستور ١٩٥٦ حقوق المرأة السياسية ومن ثم تقدمت للترشيح للبرلمان عام ١٩٥٧ خمس نساء فازت منهما اثنتان بالعضوية هما: أمينة شكري ، وراوية عطية .

- في عام ١٩٦٢ تولت الدكتورة حكمت أبو زيد وزارة الشؤون الاجتماعية وكانت بذلك هي أول وزيرة في مصر.

- في انتخابات عام ٢٠٠٠استطاعت المرأة المصرية حتى في الصعيد أن تحصل على ثقة الرجل وتصبح نائبة في البرلمان .

-إلقاء الضوء على ناريمان الدرمللي النائبة عن الصعيد والتي تفوقت على ٨ منافسين من الرجال وتجربتها في الانتخابات من حيث الإعداد لها بذهابها إلى أبناء الدائرة رجال ونساء، دخولها كل بيت وكل نجع .. ومن ثم فإن نجاحها واختيارها يعد دليلا على مدي الوعي السياسي بصفة عامة والوعي بدور المرأة في الحياة السياسية بصفة خاصة .

- محو الأمية ساعد على خلق الوعي السياسي والوعي الديني والصحي والثقافي.

- توعية للسيدات الريفيات في الصعيد بالوقوف ضد ظاهرة ختان الإناث

(اقتصاد وتنمية + تربية وتعليم + صحة)

برنامج حبيبتي يجب أن تكون:

- نشاط الجمعية النسائية بمركز طوخ في كيفية توفير فرص عمل وسوق عمالة للمرأة المصرية من خلال توفير الخدمات للمرأة المحتاجة (الفقيرة والتي تعول) والمساهمة في توظيف ٤٥ سيدة وفتاة حتى الآن في مصانع وشركات ساعدت في تدريبهم وبالذات مصانع الملابس الجاهزة .

- نشاط الجمعية في إطار محو الأمية (بإنشاء فصلين + التشجيع + المسابقات + التربية) بالاشتراك مع هيئة محو الأمية التي كان لها دور مهم في

توفير المكان والمدرس والفصل.

-توعية المرأة الريفية صحيًا وسياسيًا وثقافيًا .

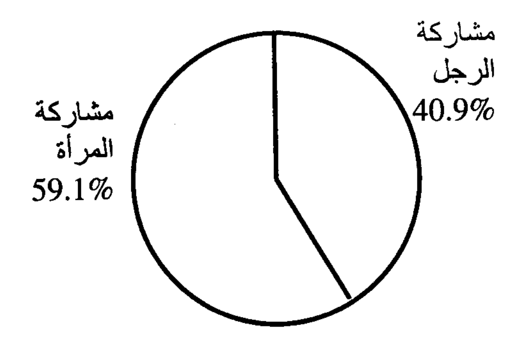
- رعاية الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة في الصيف (٩أطفال).

- ندوة صحية لـ ٢٥دارسة بهدف التثقيف الصحي والصحة الإنجابية

المشاركة في البرامج :

يوضح لنا الجدول رقم (٩) عدة نتائج مهمة فيها يتعلق بالنسبة العامة لمشاركة كل من الرجل والمرأة في البرامج عينة التحليل من حيث الزمن الذي استغرقته هذه المشاركة وهي:

- ارتفاع النسبة العامة لمشاركة المرأة في البرامج - عينة الدراسة – سواء تمثلت في التقديم أو في مشاركتها كضيفة متخصصة أو خبيرة أو مسؤولة أو كفرد من الجمهور العادي حيث بلغت نسبتها٥٩.١٪ وذلك مقارنة بنسبة مشاركة الرجل هي البرامج والتي تمثلت في ٤٠.٩٪ من إجمالي النسبة الكلية شكل رقم (٢)



شكل رقم (٢) المشاركة في البرامج

- كان الرجل أكثر مشاركة في فئة (الضيوف الخبراء) (٥٣ دقيقة) أي بنسبة ٥٥.٨٪ من إجمالي مشاركة في هذه الفئة عن نسبة مشاركة المرأة كضيفة أو خبيرة بنسبة ٤٤.٢٪ حيث استغرقت ٤٢دقيقة .

- وكانت أكثر البرامج التي زادت فيها مشاركة الرجل عن المرأة على

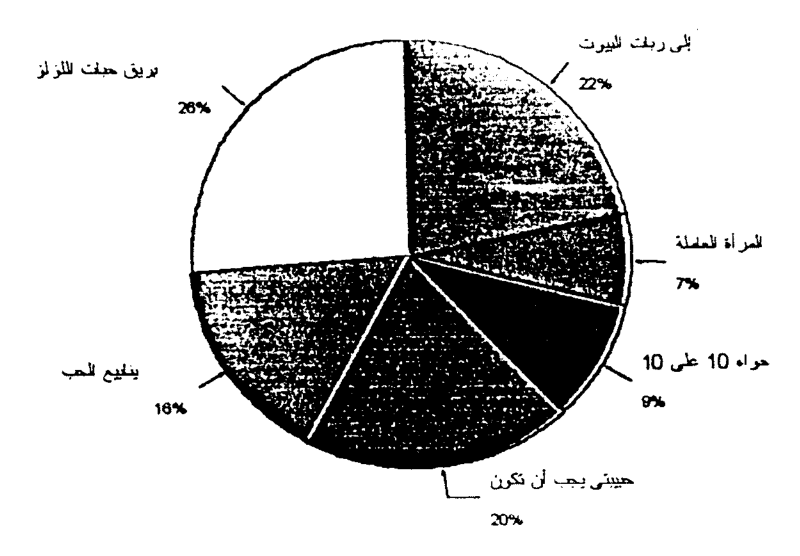
الترتيب حبات اللؤلؤ (٢٨ ق)، حبيبتي يجب أن تكون (١٢ ق)، المرأة العاملة (٩ق) وانعدمت مشاركته في برنامجي ينابيع الحب و حواء ١٠ على ١٠ في حين ارتفعت مشاركة المرأة في برنامج إلى ربات البيوت .

- في المقابل ارتفعت نسبة مشاركة المرأة في تقديم فقرات البرامج عن الرجل حيث بلغت ٩١.٧٪ (بزمن قدره ٣٣ق) وهي نتيجة منطقية في أن تكون المرأة هي التي تتوجه بالخطاب إلى جمهور النساء، في حين توقفت مشاركة الرجل على التقديم في برنامج واحد فقط هو حواء ١٠ على ١٠ بنسبة ٨.٣٪.

- أما مشاركة الجمهور العادي من النساء في فقرات البرامج فكانت ضعيفة للغاية وتمثلت فقط في برنامج واحد فقط وهو ينابيع الحب بزمن قدره ٦دقائق أي ما يوازي ٧.٤٪ من إجمالي الزمن الكلي للمشاركة.

- وبمقارنة نسبة مشاركة المرأة فقط وبصفة خاصة على مستوي البرامج عينة الدراسة كما يوضحه لنا الشكل رقم (٣) نلحظ الآتي :

- تم تقديم فقرة درامية في البرنامج العام اشترك في تمثيلها الرجل والمرأة على حد سواء وبلغ إجمالي زمنها ٥ دقائق لكونها الفقرة الدرامية الوحيدة فقد تم استبعادها من نسبة المشاركة العامة دقة في النتائج ليصبح الزمن الإجمالي للفقرات في هذا الجدول فقط ١٢٧ دقيقة .



شكل رقم (٣) مشاركة المرأة في البرامج

- تساوت مشاركتها زمنيا في التقديم وكضيفة وخبيرة في برنامج إلى ربات البيوت وكذلك في برنامج بريق حبات اللؤلؤ .

- كان برنامج ينابيع الحب هو البرنامج الوحيد الذي تنوعت فيه مشاركة المرأة ما بين التقديم والاشتراك كضيفة (خبيرة) وكجمهور عادى .

- أما برنامج حواء ١٠ على ١٠ فاقتصرت مشاركتها فيه كضيفة فقط.

الدور الاجتماعي للمرأة:

الدور هو مجموعة أو سلسلة متسقة من الأنشطة أو الأفعال المتعلمة يقوم بها الفرد في مواقف تفاعله وتبادله مم الغير. . والمادة الإعلامية لها أثر مهم في تشكيل وتحديد أبعاد وأطر هذه الأدوار التي تحددها للمرأة بما تحمله من توقعات للحقوق والواجبات بمعني أكثر تحديدًا فهي لها أثر في تشكيل إدراك المرأة لدورها في مختلف المواقع التي تشغلها(١٣).

وإذا استعرضنا نتائج تحليل المضمون لأدوار المرأة في مواقعها المختلفة كما يوضحه لنا الجدول رقم (٧) نلحظ ما يلي:

-إن مخاطبة المرأة (كمواطنة) جاء في مقدمة الأدوار الاجتماعية التي خاطبت بها فقرات البرامج المختلفة المرأة حيث بلغت نسبته ٤٨٪ من إجمالي فقرات البرامج وهو دور مهم يعكس تطور المجتمع في نظرته إلى المرأة وفى حاجته إلى إفراد (رجال ونساء) أكثر تعلمًا وعلمًا ومشاركة في الحياة الاجتماعية والعامة .

جدول (٧)

الدور الاجتماعي للمرأة كما تعكسه فقرات البرامج

البرامج / الدور	ربات البيوت	المرأة العاملة	ينابيع الحب	حواء ١٠/١٠	حبات اللؤلؤ	حبيبتي يجب أن تكون	الإجمالي ك ٪
مواطنة (رجل ومرأة)	١	٢	-	-	٩	١	١٣ ٪٤٨
الأم	١	-	٢	-	-	-	٣ ٪١١,١
الزوجة	-	-	-	-	-	-	-
ربة البيت	-	-	-	-	-	-	-
الأنثى	-	-	-	-	-	-	-
المرأة العاملة	-	١	-	١	-	-	٢ ٪٧,٤
المرأة بصفة عامة	١	-	-	١	١	-	٤ ٪١٨,٥
أكثر من فئة	٢	-	-	١	١	-	٤ ٪١٥
الإجمالي	٥	٣	٣	٢	١٠	٤	٢٧ ٪١٠٠

وكان دور المواطنة أكثر ظهورًا في فقرات برنامج بريق حبات اللؤلؤ (٩ فقرات)، و المرأة العاملة (فقرتان) ثم إلى ربات البيوت و حبيبتي يجب أن تكون بشكل متساوي (فقرة واحدة).. في حين جاء في الترتيب الثاني مخاطبتها بصفة عامة كامرأة (أي أم وزوجة وعاملة وربة بيت) دون تحديد لدور بذاته من الأدوار الواردة بفئات التحليل، بنسبة ١٩.١، أما مخاطبتها في آن واحد بأكثر من دور كمواطنة وزوجة وربة بيت وامرأة بصفة عامة جاء في الترتيب الثالث بنسبة ١٥٪.

- انخفاض نسبة مخاطبتها في أدوارها التقليدية حيث بلغت نسبة مخاطبتها

كأم ١١.٤٪، في حين لم تتم مخاطبتها كربة بيت فقط أو كأنثى فقط وهي نتيجة مخالفة تمامًا لنتائج الدراسات السابقة التي كانت تعيب على برامج المرأة قصر مخاطبتها للمرأة على أدوارها التقليدية كزوجة وأم وكأنثى.

- أما مخاطبتها كامرأة عاملة فقط فقد جاء في الترتيب الأخير حيث بلغت نسبته ٧.٤٪ وهو ما يعني أن المرأة العاملة لا تظهر بالقدر الكافي في فقرات البرامج التي تستهدف المرأة .

وهذه النتائج عن الأدوار الاجتماعية التي عكستها فقرات البرامج توضح لنا أن هناك دورا جديدا يرسمه المجتمع للمرأة باعتبارها مواطنة ، فهي لها دورها في تنميته وفي المشاركة المعالة في تطوره وتغييره وهذا الدور عكسته الإذاعة كوسيلة اتصال وكمرآه عاكسة لا يدور في مجتمعها من خلال برامجها الإذاعية الموجهة للمرأة خاصة .. من ناحية أخري فهو يؤكد مدي إدراك القائمين بالاتصال في هذه البرامج لأهمية دورهم وقوتهم في التأثير في الرأي العام مما انعكس بدوره في المادة الإعلامية التي يقدمونها لمستمعيهم .

الصورة التي تعكسها مضامين البرامج عن المرأة:

توضح نتائج الجدول رقم (٨) غلبة الصورة الايجابية التي عكستها البرامج الإذاعية عن المرأة حيث احتلت الترتيب الأول بنسبة مرتفعة ٨١.٥٪ تليها الصورة التي تجمع بين الايجابية والسلبية معًا بنسبة ١٤.٨٪، في حين جاءت المرأة في صورة سلبية في المركز الأخير بنسبة ٣.٧٪ .

جدول (٨)

خصائص صورة المرأة كما تعكسها مضامين الفقرات – عينة التحليل

الصورة / البرامج	ربات البيوت	المرأة العاملة	ينابيع الحب	حواء ١٠/١٠	حبات اللؤلؤ	حبيبتي يجب أن تكون	الإجمالي	
							عدد	نسبة
إيجابية	٢	٣	٢	٢	١٠	٣	٢٢	٨١,٥٪
سلبية	١	-	-	-	-	-	١	٣,٧٪
مشترك	٢	-	١	-	-	١	٤	١٤,٨٪
الإجمالي	٥	٣	٣	٢	١٠	٤	٢٧	١٠٠٪

وإذا تتبعنا ملامح كل صورة من الصور الثلاث التي عكستها البرامج نجدها كالآتي:

- بالنسبة للصورة الايجابية تبرز أهم ملامحها في عدة مؤشرات أساسية من أهمها استقلال المرأة الشخصي والاستغناء عن مساعدات الآخرين وقد ظهر ذلك في جوانب عدة فهي تسعي إلى إثبات وجودها في مجالات عديدة كانت قاصرة على الرجل مثل تعلمها الطيران وتدريسه ،دراسة علم الذرة والعلوم النووية والتوصل إلى اكتشافات مهمة فيها،

حرصها على الدراسة في الجامعة في بداية تأسيسها على الرغم من الصعوبات التي واجهتها في تلك الفترة ، الانخراط في الحياة السياسية والانشغال بهموم الوطن ومحاربة الاحتلال ، إثبات تفوقها في أعمال كانت حكرًا على الرجل مثل الصحافة في الأربعينيات من القرن الماضي (القرن العشرين) وكذلك تفوقها في المجال المصرفي.

- وقد عكست كل فقرات البرامج المرأة كمن تسير أمور حياتها دون الحاجة إلى مساعدة من يرسم لها الطريق أو يحدد مساره أو يتدخل فيه ،مستقلة مادية ، متمسكة بحقوقها السياسية بدء من ممارسة حقها في الترشيح للانتخابات والقيام بالجولات الانتخابية والفوز بمقعد في البرلمان (مجلس الشعب).

- من ناحية أخري تمثلت ملامح الإيجابية في الرغبة هي تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأسرة وضرورة إيجاد القدرة على مواجهة المشكلات والتحديات وذلك من خلال دعوتها إلى العمل مع توفير فرص العمل المناسبة لها وحثها على التعليم بل والحصول على درجات علمية .

- أما الصورة السلبية فتمثلت في إهمال الأم رعاية بناتها في سن المراهقة رعاية نفسية صحيحة ، وعدم حرصها على تنشئتها بشكل سليم ملتزمة بالقيم والتقاليد المتوارثة في مجتمعاتنا .

- وعن الصورة التي جمعت بين السلبية والإيجابية والتي بلغت نسبتها ١٤.٨٪ فقد تمثل ذلك في الفقرات التي قدمت صور سلبية للمرأة ولكنها - تتف بذلك بل حرصت على مناقشتها وتحليلها فضلًا عن توضيح كيفية تحسينها وتعديلها لتصبح الصورة إيجابية.

وفي محاولة المقارنة بين صورة المرأة كما قدمتها العديد من الدراسات

والبحوث التي تناولت برامج المرأة في الإذاعة المسموعة ومقارنتها بصورتها التي كشف عنها التحليل الحالي نجد أن هناك اختلافا واضحًا في مجالات اهتمامات المرأة ، كان تركيز البرامج من قبل ينصب على الاهتمامات التقليدية من موضة، تجميل ، حب ، زواج ، مشاكل التنشئة الاجتماعية للأبناء، الصراع بين الأجيال ، مشاكل المرأة العاملة كرعاية الأطفال في سن ما قبل المدرسة أثناء خروجها للعمل ، كيفية التوفيق بين المسؤوليات في المنزل ، في حين تركز البرامج حاليا على إظهار المرأة في مجالات عديدة كانت حكرا على الرجل فقط مثل الطيران ، البحث العلمي في موضوعات مثل الذرة ، التقنية الحيوية وغيرها .

القيم التي يعكسها المضمون:

أما عن القيم التي تعكسها فقرات التحليل فيوضح الجدول رقم (٩) أن ٨٥.٢٪ من المادة التحليلية تدعم حقوق المرأة وتعمل على تعريفها بها ، بل وتؤكد على ضرورة ممارستها والتمسك بها .. من هذه الحقوق حقها في العمل والتعليم والتفوق والنجاح واثبات الذات ، في حين انتفت تماما المادة البرامجية التي تكرس الوصايا الرجالية من هيمنة الرجل وتبعية المرأة لها والخضوع والقنوع بسياسة الأمر الواقع أو بموضوعات التمييز بين الجنسين .. بل حرصت بعض البرامج في افتتاحيتها أن تؤكد على أن الحياة مشتركة بين الرجل والمرأة وأن التنمية هي ((رجل + مرأة)) و ((مرأة + رجل)).

من ناحية أخري عكست ١٤.٨٪ من المادة التعليلية قيمًا أخري مهمة مثل قيم الحب ، والتسامح والتعاون والرحمة ، وإبراز قيمة العمل كقيمة رئيسية في حياة المرأة في جميع المواقع بصورة واضحة .

جدول (٩)

القيم التي تعكسها فقرات البرامج – عينة التحليل

البرامج / الدور	ربات البيوت	المرأة العاملة	ينابيع الحب	حواء ١٠/١٠	حبات اللؤلؤ	حبيبتي يجب أن تكون	الإجمالي عدد	الإجمالي نسبة
تدعيم حقوق المرأة	٣	٣	٢	٢	١٠	٣	٢٣	٨١,٢٪
تدرس القضايا الرجالية	-	-	-	-	-	-	-	-
أخرى	٢	-	١	-	-	١	٤	١٤,٨٪
إجمالية النسبة	٥	٣	٣	٢	١٠	٤	٢٧	١٠٠٪

طريقة معالجة المضمون الخاصة بالمرأة في الإذاعة (اتجاهات الخطاب ومرجعيته)

توضح نتائج التحليل (الكمية والكيفية) لمضمون المادة الإذاعية والتي تعالج أو تناقش قضية أو مشكلة وقدمتها برامج المرأة في عينة الدراسة خلال فترة التحليل ما يلي:

أولا: من حيث اتجاهات الخطاب الموجه للمرأة: الجدول رقم (١٠)

- يوضح الجدول غلبة اتجاه الخطاب الناصح (في فقرات البرامج بصفة عامة) والذي يستمد فيه المتحدث إلى مرجعية تجريبية وعلمية حيث جاء في المركز الأول بنسبة ٥١.٩٪ من إجمالي عدد الفقرات، سواء تم ذلك باستخدام برهان المنفعة الذاتية والذي يركز على الفوائد والمصالح التي تتحقق لجمهور المرأة حال تبنيها وجهة نظر المتحدث أو باستخدام البرهان العقلي والذي يستند على الحقائق والأرقام والإحصائيات والبيانات والوثائق.

- كما يوضح الجدول أن هذا الاتجاه الناصح اقتصر فتما على الضيوف الخبراء المشاركين في البرامج وكان أكثر ظهورا في ضيوف برنامج حبات اللؤلؤ، وبرنامج إلى ربات البيوت، المرأة العاملة، ينابيع الحب، وكان أقل ظهورًا في برنامج حبيبتي يجب أن تكون، بينما انعدم ظهوره في برنامج حواء ١٠ على ١٠.

- جاء اتجاه الخطاب الإخباري في الترتيب الثاني بنسبة ٢٩.٦٪ وهو الخطاب الذي يهدف إلى الإعلام وإلقاء الضوء على الموضوعات والتعريف بها وتقديم الأخبار التي تهم المرأة.. والخطاب الإخباري هو السمة الغالبة في خطاب المقدمين (أو القائمين بالاتصال) في هذه البرامج وقد ظهر ذلك جليًا في خمسة برامج فقط عدا برنامجًا واحدًا لم يظهر فيه وهو برنامج إلى ربات البيوت.

- جاء الخطاب الذي يجمع بين الأخبار والنصح في الترتيب الثالث بنسبة ١٤.٨٪ من إجمالي الفقرات وقد ظهر في خطاب الضيوف في برنامجي حبات للؤلؤ و حواء ١٠ على ١٠ وفي خطاب القائم بالاتصال في برنامج إلى ربات البيوت.

- أما الخطاب الواعظ - فكان ضعيف الاستخدام إذ بلغت نسبته ٣.٧٪ - وهو الخطاب الذي يحيل على القيم الاجتماعية ويستند على العادات والتقاليد والحكم المأثورة، وعلى القيم الدينية ومستند على نصوص دينية من القرآن أو السنة فقد تم استخدامه في فقرة واحدة فقط من برنامج إلى ربات البيوت.

جدول (١٠)

اتجاهات خطاب مقدمي البرامج والضيوف والخبراء المشاركين في الحلقات

البرنامج	التحدث / اتجاهات الخطاب	إخباري	ناصح	واعظ	أكثر من فئة	الإجمالي النسبة
ربات البيوت	المقدم	-	-	١	١	٥
	الضيوف والخبراء	-	٣	-	-	
المرأة العاملة	المقدم	١	-	-	-	٣
	الضيوف والخبراء	-	٢	-	-	
ينابيع الحب	المقدم	١	-	-	-	٣
	الضيوف والخبراء	-	٢	-	-	
حواء ١٠ على ١٠	المقدم	١	-	-	-	٢
	الضيوف والخبراء	-	-	-	١	
حبات اللؤلؤ	المقدم	٢	-	-	-	١٠
	الضيوف والخبراء	-	٦	-	٢	
حبيبتي يجب أن تكون	المقدم	١	-	-	-	٤
	الضيوف والخبراء	٢	١	-	-	
الإجمالي النسبة		٨ ٢٩,٦٪	١٤ ٥١,٩٪	١ ٣,٧٪	٤ ١٤,٨٪	٣٧ ١٠٠٪

ثانيًا : أما عن مرجعية الخطاب الموجه للمرأة . . جدول رقم (١١)

- فقد غلب على خطاب البرامج الإذاعية الموجهة للمرأة المرجعية العلمية والعصرية وهذه بلغت نسبتها ٢. ٨٥ -من إجمالي عينة التعليل ، حيث يتم التوجه إلى المرأة ومخاطبتها بأسلوب علمي في موضوعات معاصرة باستخدام مداخل إقناعية تركز على البرهان العقلي والمنفعة الذاتية وتم ذلك في خمسة برامج عدا برنامجًا واحدًا هو ينابيع الحب .

- في حين جاء الخطاب تقليديًا بنسبة ١٤.٨٪ من عينة الدراسة وذلك في أربع فقرات من ثلاثة برامج وهي ينابيع الحب وإلى ربات البيوت وحواء عشرة على عشرة وهو الخطاب الذي يتم التوجه فيه إلى المرأة التقليدية التي لا هم لها

سوي تربية الأبناء والحفاظ على الزوج والتوفيق بين مسؤوليات البيت والعمل وص نغمة تقليدية ليس فيها ابتكار أو جديد لتتلاءم مع طبيعة تطور المجتمع .

- انتفى ظهور الطلاب ذو المرجعية الدينية والغيبية في جميع فقرات البرامج الخاضعة للتعليل مما يعكس بدوره زيادة وعي القائم بالاتصال بالمداخل والأساليب الإقناعية الفاعلة والتي ينبغي التوجه بها إلى جمهور المرأة لزيادة مشاركتها في المجتمع ، وفي التنمية .

جدول (١١)

مرجعيه الخطاب كما ورد بفقرات البرامج عينه التحليل

البرامج / مرجعية الخطاب	ربات البيوت	المرأة العاملة	ينابيع الحب	حواء ١٠/١٠	حبات اللؤلؤ	حبيبتي يجب أن تكون	الإجمالي	
							عدد	نسبة
تقليدية	١		٢	١	-	-	٤	١٤,٨٪
مشترك (عاملية + (عصرية)	٤	٣	١	١	١٠	٤	٢٣	٨٥,٢٪
الإجمالي	٥	٣	٣	٢	١٠	٤	٢٧	١٠٠٪

مما سبق نلحظ أن هناك علاقة قوية بين اتجاهات الخطاب ومرجعيته :

- غلبة اتجاهات الخطاب الناصح الذي يستند في مرجعيته على العلم والتجارب الواقعية والمعاصرة ، والخطاب الإخباري للإعلام والتعريف بالجديد وللإحاطة علما بكل ما يدور في المجتمعات من أحداث وموضوعات انعكست بالتالي على مرجعيته التي اتسمت باستخدام الأسلوب العلمي في الشرح والتناول والتعامل بشكل عصري مع المتغيرات .

- كما أن هناك علاقة بين الأسلوب التقليدي في الخطاب وبين اتجاه الواعظ الذي يعتمد على العرف والتقاليد والعادات في إبراز وجهة النظر والتركيز عليها .

الخاتمة

استهدفت هذه الدراسة تحليل مضمون لعينة عشوائية من البرامج الإذاعية الموجهة إلى المرأة على مدى الأسبوع الأول من شهر يوليو ٢٠٠٢ بواقع حلقة واحدة من ٦ برامج مختلفة تم بثها على خدمات إذاعية عمومية تستهدف جمهور المرأة في مصر هي البرنامج العام والشرق الأول وصوت العرب على فترات مختلفة (صباحية ومسائية) على حد سواء بما يساعد على إثراء نتائج التحليل.. بعض هذه البرامج خضع للدراسة ولتحليل مضمونه مثل إلى ربات البيوت والمرأة العاملة ، والبعض الآخر لم تتم دراسته من قبل مثل حواء ١٠ على ١٠ ينابيع الحب ، حبيبتي يجب أن تكون ، و بريق حبات اللؤلؤ ، ومن ثم تعد هذه هي المرة الأولي التي يتم فيها تحليل مضمونها.

والدراسة وصفية ، اعتمدت على مناهج متعددة منها منهج المسح ، ومنهج دراسة الحالة والمنهج المقارن .. ومن نتائج التحليل السابقة يمكننا الخروج بعدة مؤشرات مهمة تستحق التأمل مع الأخذ في الاعتبار قلة حجم عينة التحليل الحالية من حيث كم برامجها مقارنة بعينات البرامج التي شملها التحليل في الدراسات السابقة.

١ - تؤكد النتائج أن البرامج كلها مسجلة شغلت مساحة زمنية قدرها ١٦٠ دقيقة بما يوازي ساعتين و٤٠ دقيقة وتنوعت دوريتها (يومي – أسبوعي – غير دوري) وتفاوتت المدد الزمنية التي استغرقها بث كل برنامج ما بين عشر دقائق ، ١٥ دقيقة ، ٣٠ دقيقة وما بين ساعة .

٢ -. تتفق نتائج التحليل الحالي مع نتائج الدراسات السابقة في ثبات أشكال تقديم الفقرات في البرامج الموجهة للمرأة حيث جاء شكل الحديث المباشر في مقدمة الأشكال الإذاعية المستخدمة في التقديم بلا منازع يليه الحوار الإذاعي وهو ما يعني ثبات (جمود) أشكال التقديم في فقرات برامج المرأة وعدم السعي لتطويرها وتدعيمها بأشكال أخري لها تأثيرها مثل الدراما، التحقيق ، الندوات.

٣- اشتراك الرجل في إعداد وتقديم برامج موجهة للمرأة وهو ما يؤكد

أنه ليس من الضروري غلبة العنصر النسائي في عمليات الإعداد والتقديم لبرامج المرأة ذلك لأن مشاركة الرجل في ذلك يعد مؤشرا ايجابيا على اعتبار أن قضايا المرأة لا تخص النساء فقط بل هي قضايا تخص المجتمع بأسره ينبغي أن يشارك فيها.

٤ - يتبين لنا أن هناك تطورا ملحوظا في الموضوعات التي تناولتها فقرات برامج المرأة لتتلاءم والتغييرات التي حدثت في المجتمع ، حيث جاءت الموضوعات الاقتصادية والتنموية في الترتيب الأول سواء من حيث عدد المقرات التي تناولتها وأيضا من حيث الزمن الذي استغرقته وهو ما يعكس مدى استشعار القائمين بالاتصال على أهمية هذه الموضوعات التي تمكن من إشراك المرأة في تنمية مجتمعها فضلا عن إكسابها المهارات ومساعدتها على العمل سوا داخل منزلها بالمشروعات الصغيرة أو خارجه بما يساعد على زيادة دخل الأسرة ومن ثم ارتفاع مستوي المعيشة وزيادة الإنتاج . . وهذه النتيجة تتباين مع نتائج الدراسات السابقة حيث كانت الموضوعات الاجتماعية في مقدمة اهتمامات البرامج بما تتضمنه من علاقات أسرية وزوجية وغيرها .

٥- مازالت الموضوعات السياسية تأتي في الترتيب الأخير عدديا وقبل الأخير زمنيًا وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات السابقة ، لذا فعلى برامج المرأة أن تهتم بضرورة تنمية وعيها بالقضايا السياسية ، نشر المفاهيم السياسية وممارسة الحقوق السياسية .

٦- نجحت البرامج - عينة التحليل في مخاطبة المرأة باعتبارها شريكة في الحياة لها مسؤوليتها في تنمية مجتمعها وفي تطويره وذلك بتعريفها بحقوقها وحثها على الانضمام إلى مشاريع التنمية والتركيز على ضرورة تعليمها مؤكدة على أن هناك علاقة متبادلة وقوية بين التعليم وزيادة الوعي ، فتعليم المرأة وارتفاع مستواها يؤدي إلى ارتفاع طموحها وتطلعها إلى حقوقها .. وهي نتيجة تخالف نتائج الدراسات السابقة .

٧- ارتفاع النسبة العامة لمشاركة المرأة في البرامج - عينة الدراسة — سواء تمثلت في التقديم أو في مشاركتها كضيفة متخصصة أو خبيرة أو مسؤولة ، أو كفرد من الجمهور العادي مقارنة بنسبة مشاركة الرجل في البرامج ،بينما كان الرجل أكثر مشاركة في فئة (الضيوف الخبراء) عن المرأة .

٨- مقارنة بنتائج الدراسات السابقة نلحظ أن هناك اختلافا واضحا في مجالات اهتمامات المرأة التي عكستها نتائج التحليل الحالي، فهي تهتم بالعمل ، حريصة على التعلم ، والتميز والتفوق ، اختراق مجالات كانت حكرًا على الرجل مثل البحث العلمي في الذرة والعلوم النووية ، ارتياد عالم الطيران ، حريصة على المنافسة السياسية وممارسة حقها في الترشيح والاشتراك في التنظيمات النسائية والجمعيات الاجتماعية .

٩- أصبحت المادة الإعلامية الموجهة للمرأة تحرص .على مخاطبتها في أ دوار جديدة تعكس خطورة وأهمية دور المرأة الحالي في مجتمعها فهي تخاطبها كمواطنة لها مسؤوليات وعليها حقوق تجاه مجتمعها، وتخاطبها كامرأة – أيًا كان دورها - مما يعكس حرص البرامج على مخاطبة جميع النساء بلا تحديد بينما من قبل كانت تحرص هذه البرامج على مخاطبتها في أدوارها التقليدية كأم ثم كزوجة وكإمرأة عاملة .

١٠- عكست نتائج التحليل غلبة اتجاهات الخطاب الناصح الذي يستند في مرجعيته على العلم والتجارب الواقعية والمعاصرة ، والخطاب الإخباري للإعلام والتعريف بالجديد وللإحاطة علمًا بكل ما يدور في المجتمعات من أحداث وموضوعات كما غلبت عليه المرجعية العلمية والعصرية باستخدام مداخل إقناعية تركز على البرهان العقلي والمنفعة الذاتية .

١١- تغيرت نظرة القائم بالاتصال في البرامج الإذاعية الموجهة للمرأة إلى جمهوره من النساء ، فلم تعد المرأة التقليدية هي التي تشغل اهتمام فقرات برامج المرأة ولكنها المرأة العصرية ذات الشخصية المستقلة التي تسعى إلى التعلم والاعتماد على الذات والعمل وزيادة الإنتاج، ومن ثم اختلفت لهجة الخطاب وأساليبه وهو ما يعني أنه أعاد اكتشاف صورة جديدة للمرأة بدأ يعكسها في برامجه ويخاطب جمهوره من خلالها . . وهذا ما ظهر بوضوح من خلال تناوله للموضوعات المجتمعية المهمة للمرأة سواء على المستوى الشخصي أو على المستوي المجتمعي ككل فضلًا عن دعمه لدورها وإظهار تفوقها ونجاحاتها في المجالات التي تعمل بها، وفي المجالات الجديدة التى ترتادها والتي كانت قاصرة على الرجل من قبل .

المراجع

١. د . نادية سالم – المرأة العربية ووسائل الإعلام . مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة ، العدد ٥٨، يناير ، ١٩٩٠ ، ص ٥٤.

٢. د . سامية رزق – موقف برامج المرأة إزاء قضاياها المعاصرة . دراسة في تحليل مضمون بعض برامج المرأة الإذاعية . مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، يناير ١٩٨٩، ص ٥٦ .

٣. المرجع السابق ، ص ٥٩ .

٤. اتحاد الإذاعة والتليفزيون – دور الإذاعة الصوتية في توجيه ربات البيوت لأداء أدوارهن في الأسرة والمجتمع ، القاهرة ، ١٩٧٨ .

٥. سلوى عبد الباقي – صورة المرأة المصرية . دراسة في تحليل مضمون بعض البرامج الإذاعية . رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب . جامعة عين شمس ، ١٩٨١.

٦. – د . ماجي الحلواني – برامج المرأة في الراديو المصري ودراسة تحليل لبرنامج إلى ربات البيوت . مجلة الفن الإذاعي، العدد ١٠٤ ، ١٩٨٥ .

٧. وليد فتح الله – دور الراديو في معالجة القضايا والمشكلات السلوكية في المجتمع المصري. دراسة تحليلية على عينة من برامج المرأة عام ١٩٨٤ . رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٨٦

٨. د سامية رزق – صورة المرأة كما تقدمها برامج المرأة في الإذاعة الصوتية ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٨٨ .

٩. عدلي رضا، د. عاطف العبد – برامج المرأة في الراديو والتليفزيون . مؤسسة البستاني للطباعة ، القاهرة ، ١٩٨٨ .

١٠. د . سامية رزق ، مرجع سابق ، ١٩٨٩.

١١. د . جيهان يسري - المعالجة الإذاعية والتليفزيونية لقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري. دراسة تحليلية لعينة من الخدمات الإذاعية والتليفزيونية عام ١٩٩٢ . قسم الصحافة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، فبراير ١٩٩٣.

١٢. اتحاد الإذاعة والتليفزيون - تقييم برامج المرأة والأسرة والبرامج في التليفزيون والإذاعة ، القاهرة ، ١٩٩٣ .

١٣. صفية مجدي - وصف أشكال السلوك من خلال مفهوم الأدوار الاجتماعية في صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام دراسة في تحليل مضمون الصحافة النسائية . المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ، يناير ١٩٨٣، ص ٢٤٩ .

مقارنة صورة الأنثى والذكر
في الإعلانات التليفزيونية العربية
دراسة تحليلية

أ.د/ عصام نصر سليم

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

مقدمة:

أصبح من أهم ما يميز المجتمعات الحديثة ظهور وتبني مفاهيم عديدة تتصل بعولمة رأس المال وسيطرة وسائل الاتصال الإلكترونية مثل التلفزيون والإنترنت كمصادر رئيسية للترفيه وبناء العلاقات الاجتماعية واستقاء المعلومات، بالإضافة إلى التنامي الكبير لتكنولوجيا الأقمار الصناعية وتأثيرها على نمو الأنشطة والعلاقات الاجتماعية ومحاولة اختراق حواجز الثقافة واللغة. وقد أثرت كل هذه العوامل التي تتمم بعضها البعض في زيادة تأثير الإعلان على المجتمعات الحديثة وتأثره بها حتى أصبح الإعلان واحدًا من المحركات الرئيسية للاتصال في المجتمع.

ولأن وسائل الاتصال الإلكترونية تشارك في غرس القيم جنبًا إلى جنب مع أدوار الأسرة والمدرسة والمؤسسات الاجتماعية الأخرى[1] فإن العلاقة بين الإعلان التلفزيوني وصورة الذكر والأنثى ضمن الرسالة الإعلانية وما يعكسه ذلك من نظرة مجتمعية لهذه الصورة وطبيعة ذلك الدور، عناصر مهمة يجب أن تخضع للبحث والدراسة.

فمن شأن الصورة المقدمة للنوع من خلال الإعلانات التلفزيونية، أن تسهم في ترسيخ صور ذهنية وأنماط سلوكية تتعلق بالنوع لدي مشاهديها، وخاصة الأطفال منهم، مما قد ينعكس سلبًا على طبيعة الدور الذي يمكن أن يلعبه كل من الذكر والأنثى في الحياة الاجتماعية بكافة أبعادها. ومن شأن ذلك أيضًا أن يعكس طبيعة نظرة المجتمع لكل من الذكر والأنثى التي يرتضيها

المجتمع لكل منهما ويعمل على ترسيخها .

كما لا يمكن تجاهل ما قد يحدثه الإعلان التلفزيوني من تأثير على فهم وإدراك كل نوع (الذكر والأنثى) لطبيعة دوره في الحياة المجتمعية انطلاقا من تأثره لا شعوريًا بالمضامين الواردة ضمن الرسالة الإعلانية والتي تحقق غرضها بشكل غير مباشر وبنمط تراكمي.

و تسعى هذه الدراسة إلى تحليل محتوى عينة من الإعلانات التجارية التلفزيونية التي تبث في أوقات المشاهدة التي تمثل أوقات ذروة مشاهدة الأطفال للتلفزيون . وقد أولت الدراسة اهتمامها لدراسة صورة الذكر والأنثى في الإعلانات التلفزيونية .

الإطار النظري:

لم يعد دور الأنثى في المجتمع مقتصرًا على ربة البيت والممرضة ، بل إن المرأة حاليًا تمتلك الخيار الذي يمكنها من شغل أي وظيفة تتناسب مع مؤهلاتها وإمكانياتها. وكان من الضروري التأكد من حدوث نفس هذه التغيرات على صورة المرأة في الإعلانات التليفزيونية مقارنة بالصورة التي يظهر بها الرجل.

وتظهر الدراسات الإعلامية استمرار وجود فجوة واضحة في الطريقة التي تظهر بها شخصيات الأنثى في الإعلانات مقارنة بالذكر.

بدأت الحركات النسائية في الستينيات في طرح العديد من الأسئلة حول الأدوار التي تقوم بها المرأة في مجال الإعلان . وقد اعتادت معظم هذه الدراسات على التركيز على الفتاة البالغة ،أو كما أطلقت عليها ساندرسون (Sanderson 1990) « نساء الإعلانات» . وقد أظهرت دراساتها أن الصورة الذهنية التي يدعمها الإعلان للمرأة عادة ما تكون صورة المرأة الضعيفة Fragile والمستسلمة passive وسريعة التأثر بالإغراء vulnerable والفاقدة للقوة powerless وقد ذهبا ساندرسون إلى ما هو أبعد من ذلك في التحليل، حيث وجدت أن المرأة عندما تقدم خارج إطار شخصية الأم أو مسؤولة البيت فإنها تقدم بصورة غير عادلة . وأطلقت على هذه الشخصية تعبير « امرأة الأربعة وعشرين ساعة» أي إن عليها تأدية عشرة أعمال على الأقل يوميًا.

في عام ١٩٨٢ ، وجد مورجان Morgan في دراسته أن الموضوعات التي تتعلق بالإناث والتي سجلت أعلى معدلات المشاهدة النسائية قد تركت تأثيرًا

أقوى عليهن فيما يتعلق بمعتقداتهن المتصلة بالنوع من تلك الموضوعات التي سجلت معدلات منخفضة من المشاهدة ، مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين معدل المشاهدة الكثيفة والتأثر الأكبر بالأفكار المتعلقة بالنوع في المواد التليفزيونية.[٣]

وبالمثل وجد ساينوريللي Signorielli أنه كلما زادت كمية مشاهدة الأطفال للتلفزيون ، كلما زاد إدراكهم لواقعية ما يشاهدونه من مضامين[٤]

وتؤثر الإعلانات التلفزيونية تحديدًا - كأحد المضامين البرامجية - على الأطفال والمراهقين ، وإلا ما كان ينفق على أوقات البث الإعلاني للشبكات أكثر من ٧.٣ بليون دولار في عام واحد فقط.[٥]

ولا يمكن التقليل من أهمية الإعلانات التلفزيونية الموجهة للأطفال ، حيث ترتفع أصوات عديدة بالنقد لبرامج التلفزيون الأمريكية التجارية لأنها - على حد زعمهم - تقدم بغرض تسليم المشاهدين المصنفين طبقًا لخصائصهم الديموغرافية لمجموعة معينة من المعلنين.[٦]

وبعبارة أخري فإن البرامج - من وجهة نظرهم ~ تقدم لأجل الإعلانات وليس لأي غرض آخر. وقد بدأ المعلنون في بداية الستينات أ في استهداف الأطفال خصيصًا بإعلاناتهم ، ليحصلوا في المقابل على عوائد اقتصادية ضخمة.[٧]

وفي عام ١٩٩٨ ، أنفقت صناعة الإعلان ما يوازي ٢ بليون دولار على الإعلانات الموجهة للأطفال ، تزايدت بمقدار ٢٠ ضعفًا منذ التسعينيات .[٨]

وقد أدرك المعلنون أن الأطفال والمراهقين لا يؤثرون فقط في عادات الإنفاق لآبائهم ، ولكنهم يملكون أموالهم الخاصة التي ينفقون منها وقد أشارت البحوث والإحصائيات أن المراهقين ينفقون ١٤٠ بليون دولار سنويًا.[٩] وأن الأطفال الأقل من ١٢ عامًا ينفقون ما قيمته ٢٥ بليون دولار سنويًا ، وربما يستطيعون التأثير على ٢٠٠ بليون أخري يتم إنفاقها بواسطة الآخرين .[١٠]

و الأطفال - كما تؤكد الدراسات - هم أقل الفئات قدرة على دفع الضرر عن أنفسهم من الناحيتين الذهنية والنفسية تجاه الإعلانات التليفزيونية.[١١]

فقد أشارت دراسات تسويقية عديدة إلى أن الأطفال الصغار الذين تبلغ أعمارهم ما بين٢-٨ سنوات ليس لديهم القدرة على فهم مقاصد وأغراض الإعلانات ، ويميلون إلى تصديق المضامين الإعلانية على أنها حقيقية بشكل كبير.[(١٢)]

وأن الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين ٨-١٠ سنوات لديهم القدرة الذهنية على تقييم المضامين الإعلانية وذلك في حالة تلقيهم لمنبهات خارجية تساعدهم على ذلك.[(١٣)]

غير أن هذه النتائج مأخوذة عن باحثين تسويقيين ولم تتدعم بالدراسات الأكاديمية بصورة كافية.[(١٤)]

لم يعد الإعلان التلفزيوني مجرد عرض للأفكار وترويج للمنتجات والخدمات ، كما لم يعد شكلا من أشكال الاتصال الجماهيري يهدف لتحقيق غاية ذات طابع تجاري أو مجرد علاقة اقتصادية تتسم بالبساطة بين منتج ومستهلك لزيادة حجم الاستهلاك على المدى القريب بغية تحقيق ربحية عالية ، أو أهداف اقتصادية آنية[(١٥)] ، بل أصبح الإعلان يعمل على إيجاد وترسيخ نماذج حياتية تتسم بالشمولية ويعمل على وضع نظام أخلاقي وقيمي مدروس .

ومن هنا يتساءل الباحثون عن الكيفية التي يتبعها المعلنون لدفع الأطفال لشراء منتجاتهم مقارنة بالكبار ، وذلك لمعرفة التغيرات التي طرأت على المداخل الإقناعية والاستمالات المستخدمة لكل من الأطفال والكبار ، حيث يساعد ذلك في التعرف على التغيرات التي طرأت على إستراتيجيات الإعلان مما يساعد الباحثين على معرفة الأسباب التي دفعت المعلنين لاختيار مجموعة من الأساليب الفنية المتنوعة لبيع منتجاتهم .

يري بعض المتخصصين (Goodrum, C., & Dalrymple, H. (1990) أن التلفزيون كوسيلة إعلانية قد ساهم في تشكيل الطريقة التي يبيع بها المعلنون منتجاتهم . ومن خلال ما أسفرت عنه نتائج البحوث والاستطلاعات التي أجريت في الولايات المتحدة في الثلاثينيات والأربعينيات من القرن العشرين ، كان المعلنون في ذلك الوقت قادرين على تصميم الإعلان الذي يتشابه في مضمونه مع خصائص الجمهور الذي تم تحديده من خلال البحوث، فظهر الإعلان الذي يتحدث بالطريقة التي يتحدث بها الجمهور ويفعل نفس الأشياء التي يفعلونها .

وبالتالي سعي المعلنون نتيجة لذلك لبيع المنتج الواحد في عبوات متعددة وبأسعار متعددة لتلقي القبول لدي جمهور متعدد .

لقد كانت تكلفة الإعلانات الأولي في التلفزيون أعلى بكثير من الإعلانات التي تنشر في الصحف ، وكانت مدة الإعلان تدوم لدقيقتين ، وعندما زادت تكلفة الإعلان التلفزيوني بصورة كبيرة ، لجأ المعلنون إلى تقليل مدة الرسالة وتركيزها بغية تقصير مدتها لتكون القصة قابلة لأن تحكي خلال ثوان معدودة بدلًا من دقائق وتحقق نفس التأثير المطلوب وبذا بدأت الإعلانات في التغير؛ لأن المعلن أصبح لديه وقتا أقل لتحقيق التأثير المنشود على المستهلك لكي يشترى المنتج وأصبح شائعا استخدام الشعار اللافت للانتباه والرسالة المنغمة أو المقفاة التي تصل لهدفها في الحال كأسرع وسيلة للتأثير على المستهلك ليصبح قادرًا على تذكر المنتج .وما يزال هذا التكنيك متبعا حتى الآن(١٦) .

ومع تزايد توزيع المنتجات على نطاق واسع ، ظهرت المنافسة بين الشركات لمنتجة ، كما أصبح هناك عدد هائل من المنتجات التي تسعي للبيع إلى نفس العملاء ، وبالتالي تزايدت المنافسة الإعلانية لمساعدة هذه الشركات على تحقيق أهدافها على حساب الشركات الأخرى ، أو للحصول على قدر من حصة السوق الإنتاجي للمنتجات التي تتبناها هذه الحملات الإعلانية ومن هنا أصبح الإعلان يحتل مكانة مهمة داخل المجتمع .

ويؤكد هال (١٠٨٤) Hall أن الأمريكيين يشاهدون التلفزيون لمدة ٦ ساعات يوميًا في المتوسط، تكون الإعلانات فيها هي القاسم المشترك ، ولعل القنوات التلفزيونية – كما يفضل تسميتها-تدين بالفضل في وجودها للإعلانات التلفزيونية . حيث يهتم المعلن بما يعرض من خلال تلك الشبكات ، إلى جانب اهتمامه بضرورة استمرار متابعة المستهلك لعملية المشاهدة.(١٧)

فمنذ بدأ استخدام الإعلان في القرن السادس عشر ، كان المعلن يركز اهتمامه على الكبار على اعتبار أنهم أصحاب المال ، وبالتالي هم من يملكون ثمن شراء السلعة وكانت إحدى التكنيكات المستخدمة لمحاولة بيع منتجاتهم ، هو محاولة إقناع المستهلك شراء هذه المنتجات . كان المتغير الإقناعي هو الأهم في الإعلان لأنه يحاول خلق الحاجة لدي المستهلك لاقتناء السلعة .

و.قد أكد البعض Chadhuri (1995) على فاعلية استخدام هذا الأسلوب على

اعتبار أنه يعني للمستهلك الربط بين اختياره للسلعة المعلن عنها . وتحول حياته نحو الأسهل بهدف خلق الحاجة لديه لاقتنائها ، وفى محاولة كذلك للتأكيد من قبل المعلن أن المنتج الذي يعلنون عنه أفضل من المنتجات الأخرى المماثلة .ولا توجد أية فروق في ذلك بين الإعلانات الموجهة للكبار أو الصغار[١٨].

وفي رأي هيل (Hall, J. (1994 أن الإعلان يسعي لخلق عالم مثالي ، ولذا فإنه يعكس الجوانب الجذابة والمرغوبة في المجتمع، وعندما يستجيب المشاهدون لهذه المعاني المثالية فإنهم لا يسعون فقط لامتلاك السلعة المعلن عنها ، وإنما يرغبون أيضًا في أن يكونوا مثل الشخصيات التي تظهر في هذه الإعلانات . ويقدم الممثلون والممثلات أسلوبًا ساحرًا للحياة التي تعيشها شخصيات القصة الجميلة التي تحل مشكلاتها في ستين ثانية أو أقل . ويشعر المشاهدون بالحسد تجاه الشخصيات وما تتمتع به هذه الشخصيات من إثارة ، ولذا فإنهم يسعون بذلك لتحقيق نوع من الرضا الذاتي والثقة بالنفس .وفي الوقت الذي يشكك فيه البعض بتأثير الإعلانات على شعور المستهلك ، فإن المستهلكين أنفسهم هم الذين يحددون مضامين هذه الإعلانات.[١٩]

ولكي ينجح المعلنون فإنهم بحاجة إلى التعرف على الجمهور المستهدف وتحديده ، ثم يحددون في ضوء ذلك الكيفية التي يجعلون بها هذا الجمهور يقبل على شراء المنتج المعلن عنه .وفي هذا يقول جويت (Jowett 1986) أن الرسالة الإعلانية تتوجه إلى الجمهور الذي يحتمل أن يشتري السلعة . وأصبحت بحوث التسويق الحديثة قادرة من خلال ما استحدثته من تكنولوجيا الكمبيوتر على اختيار الجمهور القابل للاستهداف بصورة سهلة . وظهرت مفاهيم تري أن المصدر الموثوق به ، يعد واحدًا من العوامل الأكيدة التي يمكن أن تحدث التغيير. فالجمهور يميل إلى التطلع للشخصيات المسؤولة من أجل المعرفة وتحديد التوجه[٢٠].

ويعد هذا الأمر مهمًا لدى هيل (Hall,J. (1994 لأن المعلنين يمكنهم استخدام هذا المتغير لبيع سلعهم، فإذا أكد المعلنون لفرد ما أن كل الأشخاص الآخرين يستخدمون منتجًا معينًا فإنه يمكن أن يتأثر بذلك ويسعى لتجربة هذا المنتج.

ويعتبر أسلوب استخدام الشخصيات الشهيرة المرتبطة بالمنتج على مدار سنوات – مثل شخصية كواكر Quaker الشبيهة ببنجامين فرانكلين Benjamin

Franklin والتي ظهرت أول ما ظهرت في الثمانينيات حيث ما تزال هذه الشخصيات عبر أجيال مرتبطة بهذا المنتج – أحد الأساليب المستخدمة لبيع المنتجات ، وإذا لم يكن هذا الأسلوب قد أثبت نجاحه لما ظل مستخدمة حتى الآن[٢١].

ومن هنا يتأكد أن المعلنين يعملون على بناء وصياغة رسالتهم الإعلانية عن وعي ودراية مسبقة بخصائص المنتج والمداخل الإقناعية التي تتناسب مع خصائص الجمهور المستهدف ، منذ بداية ظهور الرسائل الإعلانية ، ومن هنا فإن تصميم الرسالة الإعلانية الذي يضع في اعتباره صورة وملامح النوع «الذكر والأنثى» يمكن أن يؤثر بصورة غير مباشرة على طبيعة إدراك الجمهور خاصة الأطفال منهم لهذه الرسالة وما تحمله من تأثيرات مباشرة وغير مباشرة ، وأصبح المعلنون وهم في سعيهم لبيع السلعة ، يروجون معها لصور نمطية تتصل بدور الذكر والأنثى في الحياة الاجتماعية .

مشكلة البحث وأهميتها :

تسعد هذه الدراسة للإجابة عما إذا كانت هناك فروق في الصورة النمطية التي يقدمها المعلنون للذكور والإناث ضمن رسائلهم الإعلانية والأسلوب الفني الذي يدعم هذه الصورة و تقدم من خلاله بغرض إقناعهم بشراء السلعة.

وتعد نظرية التعلم الاجتماعي لبندورا Albert Bandura's Social Learning Theory [22] التي تعد من بين أهم النظريات التي تناقش تعلم الفرد لهوية النوع ، والتي تؤكد أن الخصائص النوعية ليست محددة ولا حتمية ، ، بل هي نتاج للتفاعلات التي تجري للطفل الذي ينمو يوماً بيوم والبيئة الاجتماعية التي تحيط به ولا يمكن عزل الدور الذي يمكن أن يقوم به التلفزيون والتأثير الذي يمكن أن يحدثه على الطفل من خلال الصورة التي يروجها لدور النوع في الحياة المجتمعية .

يأتي ذلك في ظل اتفاق مبدئي مدعم منهجيا حول وجهة النظر القائلة بأن التلفزيون يمكنه أن يؤثر على الأطفال والمراهقين وأنه يقوم فعليا بهذا الدور[٢٣]

كما أن هناك نوعًا من الاتفاق المجتمعي على أن التلفزيون يمتلك قوة تأثير كبيرة في حد ذاته ، لأن مشاهدة التلفزيون تتضمن ملاحظة ومراقبة سلوك الآخرين وما يصاحبه من تأثيرات مصاحبة محتملة.[٢٤] وبالتالي فإن الإعلان

التلفزيوني كأحد أهم الأنماط البرامجية المؤثرة على الطفل يمكن أن يؤدي دورًا لا يستهان به في بث مفاهيم وأنماط سلوكية متعلقة بالنوع على مشاهديه من الأطفال .

والدراسات تؤكد أن هناك نموذجا لشخصية الذكر والأنثى يتم تسويقه متلازمًا مع السلعة المعلن عنها، استنادًا إلى حقيقة أن مابين ١٠ إلى ٢٨٪ من وقت البث التلفزيوني مخصص للإعلانات .[٢٥]

ولذا تحظي الإعلانات باهتمام خاص في مجال تحليل مضمون وسائل الاتصال ، لأنها تعد أكثر الأشكال تلخيصا وتركيزا للمعلومات التي تحقق استجابات مختارة في ضوء المتغيرات التي تميز الثقافة المحيطة ، ولأنها تعاد مرات عديدة بحيث يتعرض لها المشاهدون أكثر من مرة.

ومن خلال التعلم الاجتماعي ، فإن الأطفال يتعلمون السلوكيات التي تعد مناسبة لجنسهم من خلال ملاحظة الآخرين ، تمامًا مثل من يماثلهم من الأبوين، بالإضافة إلى الرسائل الاتصالية التي يتلقونها عبر وسائل الاتصال وتدعم الدراسات المتعلقة بنظرية التعلم الاجتماعي وتعلم الأدوار النوعية (المتعلقة بجنس الشخص) وجهة النظر التي تقول: إن الأطفال يتعلمون بالتقليد ما يتوقع منهم أن يسلكوه أو يؤدوه من خلال ملاحظة سلوك الآخرين دون إجبار أو عقاب إن رؤية شخص آخر من نفس النوع يتم دفعه للإتيان بسلوك معين ، مثل طفلة تلعب بدمية إنما يعد بمثابة عملية دفع وتهيئة لطفلة أخرى لكي تصبح مربية والذي يمكن التعبير عنه على أنه نوع من التوجيه للأنثى لكي تتبنى هذا السلوك وتكتفي بهذا الدور ، الذي يبدو للفتيات على أنه سلوك إيجابي . وكذلك الوضع بالنسبة للذكور الذين يتم دفعهم لكي يكونوا عدوانيين كما هو الحال في صورتهم التي تروج في الإعلانات التلفزيونية ، مما يخلق نوعًا من العلاقة بين العدوانية ودفع الذكور لتبنيها .

وقد وجد الباحثون على مدار العشرين عامًا الماضية أن الغالبية العظمى من الإعلانات التلفزيونية تتوجه نحو الأطفال ، وبصرف النظر عن القيم الإيجابية أو السلبية التي يمكن أن يستقيها الأطفال من خلال الملاحظة ، فإن التلفزيون ساعة بعد ساعة من المشاهدة يعد من أهم المصادر للطفل أكثر من أي وسيلة أخرى[٢٦] .

يأتي ذلك في الوقت الذي تؤكد فيه نظريات التعلم الاجتماعي و دور النوع

فيها أن الإعلان يميل إلى وصف أو تصوير الأنشطة والاهتمامات والتصرفات والأدوار ضمن أطر صارمة تتعلق بالنوع(٢٧).

وخلاصة تأثر الأطفال من خلال عملية التعلم الاجتماعي من الإعلانات التلفزيونية يتمثل في أن هذه الإعلانات تبين للأطفال « كيف يجب أن يتصرفوا»(٢٨).

ولا يمكن اعتبار تأثر العادات الاستهلاكية للأطفال واستدماجها في حياتهم اليومية هو العنصر الوحيد المرتبط بالتلفزيون ، بل إن الأيديولوجيات الشخصية لكل متغير في المجتمع الإنساني المعاصر على وجه التقريب تخضع لهذا التأثير بصورة مكثفة مع الوضع في الاعتبار ذلك التغلغل الكامل للرسائل والصور التي يقدمها الإعلان التلفزيوني. ولا يمكن استثناء نظرة الأطفال للعالم المحيط بهم من ذلك التأثير.إن فهمهم للمعاني الاعتيادية والواقعية يتطور من خلال ملاحظاتهم لوالديهم ومن يعتنون بهم وكذلك من الشخصيات العامة التي يحبونها ؛ ولأن رفقة الأطفال مع التلفزيون قد تفوق رفقتهم لأصدقائهم ولمعلميهم وأفراد أسرهم فإن القوة الإقناعية بصورة «العالم المثالي» التي يقدمها التلفزيون يمكن أن تصبح هي القوة الأكثر تأثيرًا في المراحل المبكرة من عملية التنشئة الاجتماعية في حياة الطفل . في مجال مشاهدة التلفزيون يتأثر الأطفال بأكثر مما هو مرغوب فيه فيما يتعلق ببعض متغيرات الحياة أثناء عملية المشاهدة التلفزيونية(٢٩) ، ولذا يمكن أن نؤكد بصورة عامة أن المضامين الإعلانية المختارة يمكنها تسويق صورة محددة للعالم ونمطًا معينًا للحياة .

وقد أصبحت النساء في رأي الكسندر(٣٠) 1994 Alexander V. أحد أهم أشكال الجمهور المستهدف للحملات الإعلانية ، وبنظرة فاحصة لنتائج البحوث والدراسات التي تعكس تغير نظرة المرأة للإعلانات تكشف عن الأهمية المتزايدة للنساء كجمهور مستهدف لدي المعلنين .كما يعكس الظهور المتزايد للمرأة في الإعلان ، مدي تأثير ذلك على الإقبال المتنامي للمرأة على الشراء.

كما أظهرت الخصائص التي تميز هذه الإعلانات ، أن هناك تناميًا لهذا التوجه الذي يربط بين نوع المستهلك (ذكر وأنث) ، والسمات الفنية المتعلقة بمرحلة ما بعد الإنتاج الفني للإعلان التلفزيوني والمتمثلة في الانتقالات بين اللقطات والتعليق المصاحب.

وعادة لا يشعر مشاهدو التلفزيون باهتمام المعلن بهذه الخصائص الفنية التي تميز الإعلان التلفزيوني مثل طبيعة عمل الكاميرا اللقطات TV SHOTS والزوايا CAMERA ANGLES أو بالمونتاج EDITING أو مسارات الصوت [٣١] SOUND TRACKS Messaris, 1994,p. 158 ولذا تولي هذه الدراسة اهتمامها بالفروق التي تظهر في استخدام السمات الفنية في الإعلانات التلفزيونية المتعلقة بالنوع .

ويرى بارتني [٣٢] Michael Parenti أن للتليفزيون تأثيرًا ملموسًا على الأطفال لكونهم يقضون أمامه ساعات أطول مما يقضون أمام كتبهم المدرسية . وفي هذا السياق يري أنه باستثناء الأصدقاء ، فإن وسائل الإعلام تلعب دورًا أساسيًا في تشكيل مشاعر وأحاسيس الأطفال تجاه أدوارهم الجنسية وطموحاتهم المستقبلية.

ويقدر البعض [٣٣] Condry, Bence& Scheibe أن متوسط مشاهدة الأطفال للتلفزيون حوالي ٤ ساعات يوميًا ، وأن هناك حوالي ٣٠ إعلانًا يبث خلال الساعة الواحدة ، وبذا فإن الطفل يتعرض لحوالي ٣٠٠٠٠ إعلان سنويًا.

وتعد المضامين التي تحتويها هذه الإعلانات والأشكال التي تقدم بها مهمة ، إذا وضعنا في الاعتبار المدة الزمنية الطويلة التي يقضيها الطفل أمام الإعلانات التلفزيونية . مع أهمية الأخذ في الاعتبار أن الرسالة التي يستقبلها الأطفال من هذه المضامين الإعلانية لم تتغير بشكل دراماتيكي منذ السبعينيات ، عندما كانت الإعلانات تعكس صورة تقليدية للأدوار التي يلعبها كل من الذكور والإناث في الإعلانات التليفزيونية [٣٤] Lovdal, 1989 .

وإذا الأطفال يتأثرون بالمضامين التجارية في الإعلانات ، فكيف يمكن إنكار أنهم يتأثرون بالسلوكيات المصاحبة التي تقدم من خلال هذه الإعلانات؟ وهناك العديد من الصور الذهنية القائمة على النوع والتي يمكن رصدها في الإعلانات التلفزيونية وبشكل عام فإن الأطفال يشاهدون الذكور على الأقل ثلاث مرات ضعف ظهور الإناث في الإعلانات الموجهة لهم وفيما يتعلق بالشخصيات الناطقة أو المؤثرة نجد أن النسبة تتضاعف لتسع مرات لمصلحة الذكور [٣٥] .

كما أظهرت الدراسات أن الذكور كلما ظهروا مع الإناث في الإعلانات التلفزيونية كلما كانوا هم الشخصيات المحورية التي تقوم بأدوار أصحاب

السلطة في حين تكون الإناث هن مستخدمات المنتج المعلن عنه(McArthur & Eisen,n.d.) [٣٦] ، وعادة ما تكون وظيفة المرأة محددة في الزوجة والأم والممرضة والمعلمة والسكرتيرة . (Macklin & Kolbe, 1984) [٣٧] .

وقد ظهر في دراسة قام بها أتكن Atkin) 1975) أن ٤٧٪ من الأطفال تذكروا أن صوتا نسائيا قد استخدم في الإعلان ولم يختلف التذكر باختلاف جنس المشاهد [٣٨] .

وفي الوقت الذي تعد فيه الإعلانات وتوجهاتها نحو صورة الذكر والأنثى هي نتاج للثقافة السائدة ، فإنها في ذات الوقت تلعب دورًا في خلق هذه الثقافة وترسيخها . (Geis, Brown, Jennings & Porter, 1984) [٣٩] .

فمثل هذه المعلومات المتعلقة بدور كل جنس ، والتي يتم مد الأطفال بها خلال فترة تنشئتهم الاجتماعية قد يكون لها تأثيراتها الضمنية عليهم على المدى الطويل [٤٠] .

إن تعرض الأطفال لمثل هذه المعلومات خلال الفترة التي يبدؤون فيها عملية التكوين الوجداني لذواتهم من حيث النوع ، والتي تتسم بسعيهم لمعرفة المعلومات حول ما يتناسب مع نوعهم قد توقعهم في تبني تصورات ذهنية مغلوطة حول الأطر والأدوار والأنشطة التي يجب أن يتوحدو ا معها كذكور وإناث.

واستنادًا إلى ما أوردته بعض البحوث ، فإن الأطفال يقضون ثماني ساعات أسبوعيًا في مشاهدة الإعلانات التلفزيونية Furnham and Bitar (1993) [٤١] ولأن مشاهدة التلفزيون تتضمن قدرًا من ملاحظة سلوك الآخرين واحتمالات تدعيمها ، فإن التلفزيون يعد أداة رئيسية يتعلم الأطفال من خلاله السلوك المناسب للنوع ذكرًا كان أم أنثى سواء كان هذا السلوك إيجابيا أم سلبيًا.

ولتحقيق التأثيرات المنشودة على المشاهدين (المستهلكين) يلجأ المعلنون إلى الاستفادة من كافة العناصر الفنية التي تترجم مضمون الرسالة الإعلانية إلى وسيط مرئي ومسموع يتسم بالفاعلية والتأثير الذي يمكن أن يقع على مشاهدي الإعلان التلفزيوني.

حيث يري Zettl, H. (1990) [٤٢] أن اللون السائد في الإعلان يلعب دورًا مهمًا في مجال التأثير على الجمهور ، إذ يؤكد زيتل أن الألوان قد أضافت بعدًا جديدًا

لكل شيء تقريبا .فهي تجلب الشعور بالسعادة والبهجة وتزيد من قدرة المرء على إدراك ما حوله كما تساعده على تنظيم البيئة المحيطة به .فالأطفال يفضلون اللعب مع الدمي الزاهية الألوان ، والألوان المستخدمة في الإعلان تؤثر على رفع درجة الجاذبية على السلعة المعلن عنها وبالتالي رفع درجة التأثر بالمضامين الإعلانية التي تحملها الرسالة الإعلانية سواء على مستوى الشعور أو اللاشعور.

كما تلعب الإضاءة دورا مهما وتكامليا مع باقي العناصر الفنية للإعلان التلفزيوني فالضوء يلعب دورا جوهريا في الإدراك المرئي ، كما يساعد المرء على إدراك مفهومي الفراغ والزمن .فالضوء هو الإشارة التي تدركها العين ومن ثم يترجمها المخ إلى أشكال الإدراك المختلفة ، والتلفزيون والسينما هي عروض قائمة أساسا على فن الضوء ، والتحكم في الإضاءة يمثل العنصر المتحكم في جماليات الفن التلفزيوني والسينمائي وبذا تؤدي الإضاءة دورا بارزًا في تشكيل لغة الظل والضوء لتحقيق أغراض اتصالية محددة يهدف المعلنون إلى تحقيقها من رواء ذلك. (Zettl, H. (1990)[٤٣] .

ويلعب مجال الرؤية FILED OF VIEW المتعددة من اللقطات القريبة -CLOSE UP SHOTS إلى اللقطات البعيدة LONG SHOT دورًا أساسيًا ليس فقط في توضيح الشيء المصور ، وإنما في التركيز عليه بغرض تقديم معلومات معينة للمشاهد يقصدها المعلن للتأثير في جمهوره. ويقصد بذلك كم المادة المصورة التي تدخل ضمن الإطار ومقدار المسافة التي تفصل بين مكونات الإطار. Zettl, H. (1990)[٤٤] .

ويعد عنصر استخدام الوقت use of time من بين أهم عناصر صياغة المضمون الفني للإعلان ، إلى جانب عنصر استخدام الحركة ضمن مفهوم الجماليات المختلفة للإعلان التليفزيوني ، حيث تعتبر الصورة المتحركة هي جوهر الفن التليفزيوني والسينمائي . (Zettl, H. (1990)[٤٥] .

كما يعد الصوت عنصرًا رئيسيًا في الإعلان التليفزيوني ، فالتلفزيون ليس وسيلة مرئية فقط ، وإنما يصنف باعتباره وسيلة اتصال مرئية ومسموعة . فالتلفزيون الصامت لا يعد وسيلة مقبولة من الناحية المعلوماتية فضلا عن افتقاده بذلك عنصرا مهما من عناصر جماليات الرؤية ذاتها . فالموسيقي مثلا تعد أكثر العناصر الجمالية تأثيرًا في إضفاء الجو النفسي على الإعلان التلفزيوني سعيا لخلق حالة مزاجية معينة لدي المشاهد. (Zettl, H. (1990)[٤٦] .

ولذا يبرز السؤال حول كيفية استخدام المعلنين لهذه العناصر الجمالية المختلفة بغرض بيع منتجاتهم؟ من هنا يأتي دور الدراسة كذلك في تحليل عينة من الإعلانات التجارية للتعرف على تلك العناصر التي يمكن أن تؤثر على جمهورها المستهدف من الذكور والإناث لتحديد الفروق التي تفصل بين الإعلان الموجه لكل نوع منهما .

الجزء المنهجي :

لعل هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات التي تتناول دور النوع (الذكر والأنثى) في الإعلانات التجارية ؛ إذ إن معظم النتائج تعطي مؤشرات متقاربة في مجتمعات متباينة في نظرتها تجاه المرأة والرجل ، لأن الدراسات أكدت أن التمثيل النوعي في وسائل الإعلام يمكن أن يؤثر في سلوك واتجاهات الأشخاص[٤٧] .

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل مضمون عينة من الإعلانات التجارية التلفزيونية العربية ومقارنة صورة الذكر والأنثى في كل منها ، على أن يتم مقارنة نتائج الدراسة مع ما سبق أن توصلت إليه دراسات سابقة أجريت في مجتمعات غربية.

منهج الدراسة :

يندرج هذا البحث من حيث القياس ضمن البحوث الكمية التي تعني برصد وتحليل أطر تناول الإعلانات التلفزيونية العربية لصورة الذكر والأنثى ، ويستعين الباحث في هذه الدراسة بمنهج المسح ، الذي يسمح باختبار العلاقات ما بين متغيرات الدراسة ، والإجابة عن التساؤلات التي تضمنتها ، واستخلاص نتائج تفسيرية:

وحدات التحليل :

تمثلت وحدة التحليل Unit of Analysis فيما يلي:

-الوحدة الطبيعية للمادة الإعلانية : والمقصود بها « وحدة الإعلان التلفزيوني» وذلك بهدف التعرف على طبيعة المنتج المقدم في الإعلان والجمهور المستهدف منه .

– وحدة اللقطة : واستخدمها الباحث للوقوف على بعض الخصائص الفنية المتصلة بنوع اللقطة وزاوية التصوير والأغراض والمبررات التي تقف وراء استخدام اللقطات وتوظيفها في الإعلان ، وكذلك حركات الكاميرا ومبررات استخدامها.

تحديد فئات التحليل:

قام الباحث بتصميم استمارة تحليل محتوي الإعلانات التلفزيونية ، بحيث تتناول مجموعة من الفئات على النحو التالي:

- **فئة نوع المنتج :** وقسمت هذه الفئة إلى منتجات تستخدم داخل المنزل أو خارجه أو كليهما.

- **فئة الجمهور المستهدف :** وقصد بها نوع الجمهور المستهدف من حيث الجنس لعقد المقارنة بين طبيعة هذا الجمهور والنوع الظاهر في الإعلان كفئة أخرى.

- **فئة الشخصية الرئيسية :** أي التي تقوم بدور رئيسي في الإعلان وتكون تكرارات ظهورها هي الأغلب من حيث محورية الشخصية سواء من الذكور أو الإناث أو تساويهما معًا في الأهمية .

فئة الشخصية الثانوية : أي التي تظهر مساندة للشخصية الرئيسية وتليها في الأهمية النسبية سواء من الذكور أو الإناث .

- فئة العمل المؤدي في الإعلان : أي مكان ظهور الشخصية داخل الإعلان داخل المنزل أو خارجه أو كلبهما معًا.

- **فئة نوع المعلق :** من حيث جنس الصوت القارئ للتعليق .

- **فئة النوع المستهدف من الشعار** و ويقصد بها نوع الجمهور الذي توجه إليه الشعار الذي يختم الإعلان ، حيث لوحظ أن العديد من الإعلانات بالرغم من توجهها للجنسين معًا إلا أن الشعار الأخير كان يتوجه للذكر فقط أو يتوجه الإعلان للأنثى بينما يختار الشعار الأخير أن يخاطب الرجل .

- **فئة مغزى العمل** الذي يؤديه النوع الرئيسي ويقصد بهذه الفئة التعرف على المغزى الذي يود القائم بالاتصال أن يوصله لجمهوره حول صورة نوع الشخصية الرئيسية التي تظهر في الإعلان من حيث سعيها إلى البحث عن المتعة أو الظهور بمظهر المهتم بالقيام بوظيفة منزلية أو وظيفة أو مهنة عامة أو يبدو وهو يتعامل مع التكنولوجيا أو يظهر في صورة الشخص الرياضي أو من يهتم برعاية الأطفال أو يسعي إلى تحقيق الجمال وجاذبية أو الترفيه.

- **فئة اللقطات المستخدمة** للنوع من حيث كونها لقطة قريبة أو متوسطة

أو بعيدة أو متغيرة (أي تنتج عن تغير حركة الكاميرا في حالة الاقتراب والابتعاد)

فئة مبررات اللقطة: أي ما تسعي اللقطة لتحقيقه من حيث :

- إظهار التكوين.
- التركيز على جزء مكون .
- إظهار حركة أو وظيفة أو شعور ومشاعر .

فئة حركات الكاميرا : أي الحركة التي تقوم بها الكاميرا في اللقطة سواء كانت حركة اقتراب أو ابتعاد أو متابعة أفقية أو رأسية أو لقطة ثابتة بدون حركة.

فئة مبررات حركة الكاميرا: أي ما تسعى حركة الكاميرا لتحقيقه وغرضها من الحركة ، من حيث:

- لفت انتباه المشاهد.
- متابعة الحركة.
- الربط بين عنصرين
- الاستكشاف.
- فئة زاوية التصوير المستخدمة : سواء كانت مرتفعة أو منخفضة أو معتادة.
- فئة مبررات الزاوية : من حيث قيامها بتأدية دور وظيفي أو إضفاء مغزى خاص.

عينة الدراسة

تتكون عينة الدراسة من إجمالي ٩٠ إعلان تلفزيوني تجاري عربي بحيث تقسم العينة إلى ٣٠ إعلان موجه لكل نوع على حدة (ذكور وإناث) و٣٠ إعلان موجه للجنسين معًا ، وقد تم اختيار عينة الإعلانات التلفزيونية موضع التحليل على فترات زمنية مقسمة على فترتين (الأولي صباحية والثانية مسائية) خلال فترة ثلاثة أشهر (يناير وفبراير ومارس ٢٠٠٠) (كما هو موضح في الجدول رقم ١). وقد روعي في هذه الإعلانات المختارة أن تكون موجهة مباشرة للنوع المحدد في الدراسة وتعرض منتجًا لا يستخدم بصورة مشتركة للنوعين معًا إلا في التقسيم الأخير للعينة . كما روعي فيها أن تكون مذاعة من خلال قنوات

تلفزيونية فضائية عربية مختلفة بحيث تعكس صورة متكاملة لصورة المرأة في الإعلانات العربية بمختلف بيئاتها الاجتماعية واختلافاتها الثقافية.

جدول رقم (١)

القنوات		يناير*	فبراير**	مارس***	صباحًا	بعد الظهر	المجموع حسب النوع	إجمالي الإعلانات
القناة الفضائية المصرية	ذكور	٢	٢	٢	٣	٣	٦	١٨
	إناث	٢	٢	٢	٣	٣	٦	
	معا	٢	٢	٢	٣	٣	٦	
قناة أبو ظبي الفضائية	ذكور	٢	٢	٢	٣	٣	٦	١٨
	إناث	٢	٢	٢	٣	٣	٦	
	معا	٢	٢	٢	٣	٣	٦	
قناة LBC اللبنانية	ذكور	٢	٢	٢	٣	٣	٦	١٨
	إناث	٢	٢	٢	٣	٣	٦	
	معا	٢	٢	٢	٣	٣	٦	
قناة Space Toon	ذكور	٢	٢	٢	٣	٣	٦	١٨
	إناث	٢	٢	٢	٣	٣	٦	
	معا	٢	٢	٢	٣	٣	٦	
قناة MBC	ذكور	٢	٢	٢	٣	٣	٦	١٨
	إناث	٢	٢	٢	٣	٣	٦	
	معا	٢	٢	٢	٣	٣	٦	
إجمالي		٣٠	٣٠	٣٠	٤٥	٤٥	٩٠	٩٠

* أيام ٢٥/١٧/٩/١ يناير

** أيام ٢٦/١٨/١٠/٢ فبراير

*** يوم ٢٩/٢١/١٢/٥ مارس

٢- تقسيم العينة حسب نوع المنتج:

بعد قيام الباحث بتحديد عينة الدراسة بواقع ٩٠إعلاناً موزعة حسبما ورد سابقًا ، وتم فيها اختيار أول إعلان يتوافق مع توزيع العينة من كل فترة بث إعلاني في كل قناة على حدة من القنوات المختارة ، وتم استبعاد الإعلانات التي لا تتفق مع هذا التوزيع ، فظهرت العينة مقسمة حسب المنتج كما هو موضح في جدول رقم (٢) وكانت إعلانات أدوات التجميل والملابس والعطور هي الأكثر ورودًا ضمن العينة وبلغت ٤٠٪من إجمالي إعلانات الدراسة ، موزعة بنسبة ٥٠٪ للإناث و٤٤.٤٪ للذكور ، تلتها إعلانات الأجهزة المنزلية والكهربائية والرياضية بواقع ٢٢.٢٪ من إجمالي العينة .

جدول رقم (٢)

واقع العينة حسب نوع المنتج

نوع المنتج		ذكور	إناث	مشتركة	إجمالي الإعلانات
أدوت تجميل وملابس وعطور	ك	١٦	١٨	٢	٣٦
	٪	٤٤,٤	٥٠	٥,٦	٤٠
مساحيق غسيل وتنظيف	ك	-	٥		٥
	٪	-	١٠٠	-	٥,٦
أجهزة كهربانية وأدوات منزلية ورياضية	ك	٥	٦	٩	٢٠
	٪	٢٥	٢٤	٥١	٢٢,٢
سيارات ومستلزمات	ك	٦	-	-	٦,٦
	٪	١٠٠	-	-	٦,٦
أغذية وماكولات	ك	-	-	١٤	١٤
	٪	-	-	١٠٠	١٥,٦
خدمات وأماكن ترفيهية ومطاعم	ك	٣	١	٥	٩
	٪	٣٣,٣	١١,١	٥٥,٦	١٠
إجمالي	٪	٣٠	٣٠	٣٠	٩٠

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الأول: ما مدي التجانس بين نوع الجمهور المستهدف ونوع الشخصيات الظاهرة والمتكلمة في الإعلانات التلفزيونية العربية؟

التساؤل الثاني: إلى أي مدي تظهر الأنثى كشخصية رئيسية في الإعلانات التي تستهدف الإناث ؟

التساؤل الثالث: ما طبيعة الأعمال التي يؤديها في الإعلان كل من الذكر والأنثى حسب طبيعة المنتج ونوع الجمهور الظاهر فيه ؟

التساؤل الرابع: ما هي استخدامات اللقطات القريبة لظهور الأنثى في الإعلان ومبرراتها مقارنة باستخداماتها ومبرراتها للذكر ؟

التساؤل الخامس: ما مدي العلاقة بين استخدام حركات الكاميرا بغرض لفت انتباه المشاهد ووجود الأنثى في الإعلان ؟

الدراسات السابقة:

منذ أن وجهت العديد من الانتقادات للإعلانات التلفزيونية فيما يتعلق بالدور الذي تلعبه المرأة في مضمون الإعلان منذ بداية الستينيات من القرن العشرين Manca, 1994. [٤٨] ظهرت العديد من الدراسات والبحوث التي تعرضت للصورة الذهنية للنوع في الإعلانات التلفزيونية .

الدراسات العربية :

يري الباحث أن هناك نقصا واضحا في الدراسات العربية التي تناولت موضوع البحث بشكل مباشر ، وقد ناقشت دراسة واحدة « صورة المرأة في إعلانات التلفزيون المصري»[٤٩] مع دراسة تحليلية لإعلانات التلفزيون المصري عام ١٩٨٥ ، وفي هذه الدراسة التي قام فيها عصام الدين فرج بتحليل مضمون ٣٥٦ إعلانًا تلفزيونيا خلال فترة ثلاثة شهور ، توصل إلى أن نسبة ٨٤.٣٪ من العينة استخدمت المرأة للإعلان عن السلع والخدمات المختلفة ، كما ارتبط ظهور المرأة ببيئة المنزل بأدوار الزوجة والأم وربة البيت فيما ارتبط ظهورها في بيئة الحضر بوظائف تقليدية ومستهلكة .

كما توصلت الدراسة إلى أن صورة المرأة هي الإعلان لم تتسق مع صورتها في الواقع .

الدراسات الأجنبية:

تركزت معظم هذه الدراسات على النسا، البالغات أو «سيدات الإعلان» (Sanderson (1990 كما أطلقت عليها ساندرسون Sanderson [٥٠] .

حيث أظهرت معظم هذه البحوث أن الإعلان التلفزيوني يعكس صورة تقليدية للمرأة بشكل عام ، ضمن مفهوم التبعية ، إذ ظهرت المرأة عادة ضمن بيئة المنزل تؤدي أنشطة منزلية محددة في الطهي والتنظيف ورعاية الأطفال والاهتمام بمظهرها الجسدي[٥١].

- وقد أجريت دراسات أخري قارنت بين صورة المرأة و الرجل في الإعلانات التلفزيونية ، ووجد جوفمان في دراسته التي ركزت على علاقة الصورة بالحجم ، أن الذكور يظهرون أكثر أهمية من النساء ؛ لأنهم غالبا ما يكونون أكثر طولا ويري جوفمان أن هناك علاقة - على هذا النحو - بين فروق الحجم وفروق الوزن الاجتماعي .

كما اهتم جوفمان بما يسمي « اللمسة الأنثوية» ، حيث وجد أن النساء في الإعلانات التلفزيونية كن أكثر رعاية واهتمامًا بلمس الأشياء بأصابعهن وأيديهن من الرجال مما يشير إلى أن النساء ظهرن في صورة أكثر رقة حتى في لمس الأشياء.

وفيما يتعلق « بالتصنيف الوظيفي» وجد جوفمان أنه كلما ظهر الرجل والمرأة معًا في الإعلانات التلفزيونية ، كان الرجل يؤدي «دورًا تنفيذيًا» ، فيما تظهر المرأة تتلقى المساعدة والدعم من الرجل.

وقد أظهرت دراسة جوفمان كذلك أنه عندما يقوم الرجال بأداء وظيفة من الوظائف التقليدية للمرأة ، مثل تنظيف الأرضيات ، فإنهم يفعلون ذلك في إطار من الكوميديا والتسلية ، بما يوحي بسخريتهم من أهمية وظيفة المرأة . كما ظهر من نفس الدراسة أن الرجل عندما يظهر في الإعلان برفقة طفل ، فإنه غالبًا ما يكون طفلا ذكرًا يشارك في عمل يظهره في صورة الرجل . ، بينما يصعب ظهور المرأة طفلة تؤدي عملًا محايدًا .

وفي دراسة أخرى لبارتسش ١٩٩٨ Rober A. Bartsch [٥٣] تم فيها تحليل ٧٥٧ إعلان في ربيع عام ١٩٩٨ ، طبقًا لنوع السلعة وجنس مستخدميها ، وجنس المعلق عليها ، مستخدمة نفس الأساليب المنهجية التي اتبعتها

الدراسات التي سبقتها ، وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن تمثيل الرجال أقل في الإعلانات التي تهتم بالشؤون المنزلية عنها في الإعلانات الأخرى التي تهتم بالشؤون غير المنزلية ، في الوقت الذي يقل تواجد النساء في النوع الأخير من الإعلانات بينما أظهرت الدراسة تراجع نسب استخدام الأصوات الرجالية في التعليق على الإعلانات من ٩٠٪ في معظم الدراسات الأخرى إلى٧١٪ في هذه الدراسة .

وقد اختار الباحث أن يعقد مقارنة بين نتائج تحليل عينة الإعلانات التي درسها والمتماثلة من حيث الخصائص مع عينة من الإعلانات التي درسها لوفدال عام ١٩٨٩ بعد مرور عشر سنوات على هذه الدراسة ، والتي كانت تعقد مقارنة بين نتائجها ودراسة سابقة لها بعشر سنوات أيضًا قاد بها أودونل عام ١٩٧٨ وذلك لعقد مقارنة موضوعية بين الاختلافات التي حدثت في دور النوع في الإعلانات التلفزيونية .

وقد توصلت الدراسة إلى استمرار عدم وجود تمثيل متكافئ للنوع في الإعلانات التلفزيونية ، فما تزال النساء ممثلة بصورة أكثر من اللازم في الإعلانات التي تروج لسلع منزلية ، بينما الرجال ممثلين بصورة أكثر من اللازم في الإعلانات التي تروج لسلع غير منزلية . وبصورة عامة فهناك اتجاه يتسم بالتحيز النوعي لإعلانات المنتجات المنزلية في فترة هذه الدراسة أكثر من دراسات السنوات العشر السابقة مما يعني تراجعًا في النظرة الحيادية للنوع في الإعلانات لصالح الذكر.بينما خفت حدة التحيز للنوع في مقياس واحد يتعلق بالصوت المصاحب للإعلانات فقد تزايدت نسبة استخدام صوت المرأة في الإعلان من ١٠٪ في الدراسات السابقة إلى ٣٠٪ في الدراسة الحالية .

- في دراسة لويلش وآخرون Wetch. Huston- Stein. Wright, and Plehal 1979))(٥٤) والتي ركزت على الصورة الذهنية للنوع في الإعلانات ، تعاملت الدراسة مع المراهقين مع بعض الاستثناء. وأظهرت الدراسة أن البنات تلعب بالدمي والأدوات المنزلية ، بينما يلعب الأولاد ويتنافسون بالسيارات .

وقد اهتمت هذه المجموعة البحثية بفنون الإنتاج (مثل القطع وحركات لكاميرا واللقطات والتعليق وغيرها) وماهية الفروق الموجودة بين إعلانات الأولاد والبنات فيما يتعلق بالألعاب . وأظهرت الدراسة أن الإعلانات الموجهة للأولاد كانت تحتوي على مستويات عالية من النشاط .وأن الصورة

الذهنية للولد في الإعلانـات تتسم بالفعالية والقـوة ، بينـما صـورة البنـت تتـسم بالهدوء والخنوع.

كما وجد ويلش أن إعلانات الأولاد سـجلت معـدلات مرتفعـة مـن الأفعـال التي تتسم بالحيوية وأنها أكثر تنوعًا في أشكال الانتقـالات بـين المشاهد الجديـدة أكثر من إعلانات البنات أو الإعلانات المحايدة وأن الإعلانات التي يظهر فيهـا الأولاد والمحايدة سجلت معدلات عالية في أسـاليب القطـع cuts بيـنـما ارتبطـت إعلانات البنات بـالظهور التـدريجي fades وأسـاليب المـزج dissolves وتحتـو ي إعلانـات الأولاد عـلى مـستويات أعـلى مـن الـضوضاء والكـلام والمـؤثرات الـصوتية والموسـيقي الأساسـية foreground music بينـما جـاءت إعلانـات البنـات بموسيقي خلفية فيما تعكس صورًا ناعمة ومهذبة وتغيرات بطيئة .

- وفي نفس السياق ، أظهرت دراسة أخرى أجراها أوكنر (١٩٨٩) O'Connor (٥٥) أن الإناث اللواتي ظهرن في الإعلانات كانوا غالبًا في أوضـاع منزليـة بينـما الذكور كانوا يمارسـون أعـمالا خـارج المنزل ، وتـضيف هـذه النتـاج أن الإنـاث شوهدن في الأدوار التقليدية للمرأة مثل اللعـب في المنزل والطهـي ، بيـنما يمثـل الذكور الأدوار التقليدية للرجل مثل لعب كرة القدم و صيد الأسماك.

- وحول الأثر الذي يمكن أن يحدثه الإعلان التلفزيوني حول ماهية الـصورة المتعلقة بالذكور والإناث، يظهر من خلال دراسة قام بها ربل وآخرون (١٩٨١) Ruble, Balaban & Cooper[٥٦] يتجنبـون اللعـب بلعبـة مـا إذا ظهـرت في إعـلان تلفزيوني يلعب بها طفل ينتمي إلى الجنس الآخر له ، بينما أظهرت دراسة أخـرى أن الأطفـال كثيفـوا المـشاهدة كـانوا أقـدر مـن غـيرهم قليلي المـشاهدة في التنبـؤ بالوظـائف التـي يرغبونهـا لأنفسهم حيـنما يـصلون إلى سـن المراهقـة ، وأعطـوا إجابات أكثر حول الأسئلة المتعلقة بالصورة الذهنية . Greenfield (1984)[٥٧].

- دراسـة جـاري وجلـبرت . . Gay Warren Melton and Gilbert L.[٥٨] Fowler.Jr(١٩٨٧) بعنوان: أدوار النساء في إعلانات الراديو وفيهـا يـتم التعـرف على وصف دور المـرأة في الإعلانـات التجاريـة لمنتجـات مختلفـة بـالراديو خـلال سـاعات النهـار وقـد تـم تحليـل مـضمون ٢٠٥٨ إعـلان تـم اختيـارهم بطريقـة عشوائية كعينة من أهم محطتين للراديو AM and FM تخدم ثلاثة أسواق وتوصلت الدراسة إلى أن وجود المرأة كان منعدما في ٧٪ من الإعلانات موضع التحليـل ، وأن الإعلانات عندما تقدم المـرأة فإنهـا تكـون في الإعلانـات التـي تتوجـه إليهـا

كمستهلكة وأن هناك تراجعا في تقديم المرأة في وظائف موظفي البنوك والمتخصصين كالأطباء والمحامين .

- في دراسة أخري قام بها سيمونز (١٩٨٦) Jane M. Simmons [٥٩] تم تحليل مضمون ٢٥٣ إعلان تلفزيوني تجاري لرصد نوعيات السلع ومدى ارتباط النوع بهذه السلع .كما سعت الدراسة للتعرف على العلاقة بين التلميحات غير اللفظية ومعدلات تذكر الإعلانات المعتمدة على نماذج الذكر والأنثى مستخدمة البيانات التي جمعها بواسطة ١٠ من المتخصصين الذين أجروا ٣٥٠ إستبيان . وأظهرت النتائج أنه من خلال الرسائل غير اللفظية ، وصفت الإعلانات التجارية المرأة على أنها النوع الأقل سلطة والمفتقد أكثر للقوة مقارنة بالرجل . كما كشفت الدراسة عن عدم وجود علاقة ارتباطيه بين معدل التذكر والتلميحات غير اللفظية المقدمة من خلال الإعلانات فيما يتعلق نوع مقدم الإعلان .

- في دراسة لديفيبك ولير Kathleen Debevec and Easwar Lyer[٦٠](١٩٨٦)وفيها تم اختبار تأثير نوع الشخص المتحدث على متغيرات الاستجابة للإعلان مثل الصورة المكتسبة للسلعة أو الرسالة والمدي الذي يؤثر فيه جنس الفرد أو نوعه على استجاباته للأوصاف المتعلقة بالنوع في الإعلانات التجارية وتوصلت الدراسة إلى أن نوع الشخص المتحدث في الإعلان لا يوثر فقط في تعديل الصورة الذهنية للنوع مستخدم السلعة ، بل يمتد هذا التأثير إلى اتجاهات أكثر إيجابية وعزم أكبر على استخدام السلعة عندما يوجد اختلاف بين نوع المتحدث في الإعلان والنوع الظاهر في الإعلان .

- في دراسة لكابااليرو وبرايد Majorie J. Caballero and William M. Pride [٦١] (١٩٨٤) حول تأثير الجاذبية الجسدية لمندوبي المبيعات المستخدمة في الإعلان وجنس الشخص المتحدث وتفاعل ذلك مع جنس المتلقين الذين تم استطلاع آرائهم . شملت الدراسة ٢٤١٠ شخصًا طلبوا بالفعل منتجًا تم الإعلان عنه ، (كتاب يتضمن مواد دينية) من بين عينة مكونة من ٣٠٠٠ مشترك في مجلة دينية ممن يتلقون بريدًا مباشرًا وأظهرت النتائج تساوي تأثير الإعلانات التي تضم نساء تتمتعن بالجاذبية والإعلانات التي قدمت بدون أي شخص مثير على أي نحو في قرار الشراء للمنتج المعلن عنه.

- في دراسة لمكلين وكولب (M.Carole Mackin and Richard H. Kolbe (1984 تم

فيها تحليل مضمون ٦٤ إعلان تجاري موجهة للأطفال . وتمت مقارنه النتائج التي توصلت إليها الدراسة مع الدراسات السابقة فيما يتعلق بهيمنة الإعلان والسلوك الكامن والنشط والسلوك العدواني وصوت التعليق المصاحب وموسيقي الخلفية ومسار الصوت ، وناقشت الدراسة المشكلات التي تتعلق بمثل هذه النوعية من التحليل وقدمت الدراسة بعض المقترحات في هذا الشأن.

تستكشف هذه الدراسة ردود أفعال المستهلكين تجاه الدور المتغير للصورة الذهنية في الإعلان . وقد اختبرت الدراسة تأثير شخصية المستهلك واتجاهاته نحو دور المرأة في المجتمع على ردود أفعاله نحو الأدوار التي تقوم بها في الإعلانات.

مناقشة نتائج الدراسة :

١ - العلاقة بين نوع الجمهور والنوع الظاهر في الإعلان :

التساؤل الأول:ما مدي التجانس بين نوع الجمهور المستهدف ونوع الشخصيات الظاهرة والمتكلمة في الإعلانات التلفزيونية العربية؟

فيما يتعلق بقياس طبيعة هذه العلاقة،أجابت نتائج الدراسة من واقع بيانات الجدول رقم (٣):

- أن الجمهور المستهدف للإعلانات من الإناث عادة لا يأتي ظهورهن إلا مقترنات بظهور الذكور معهن بنسبة ٢٥.٥٪ من إجمالي الإعلانات عينة الدراسة.

- في الوقت الذي يتوجه الإعلان لهما معًا(الذكور والإناث)عندما يوجدان فيه معًا بنسبة ٣٢.١٪.

- يظهر الذكور وحدهم في الإعلانات الموجهة لنوعهم بنسبة بلغت ١٣.٣ في مقابل نسبة ضئيلة لظهور الإناث وحدهن في الإعلانات الموجهة لنوعهن بلغت ٧.٨٪ عندما يأتي ذلك في الوقت الذي تظهر فيه الإناث وحدهن بنسبة ١.١٪ عندما

يتوجه الإعلان للذكور وحدهم ، في مقابل عدم ظهور الرجال نهائيا وحدهم في الإعلانات الموجهة للإناث وحدهن .

- نستخلص من هذه البيانات الإحصائية أنه في حالة توجه الإعلان

للجنسين معا أو للإناث فقما فإن الجنسين معًا يظهران غالبا في هذا الإعلان ، بينما لا تسري هذه القاعدة بالنسبة للإعلانات الموجهة للذكور والتي يكون لوجود الذكور فيها النسبة الغالبة .

جدول رقم (٣)

العلاقة بين الجمهور المستهدف والنوع الظاهر في الإعلان

النوع الظاهر			ذكر	أنثى	معًا	مجموع
الجمهور المستهدف	ذكر	ك	١٢	٨	١٠	٣٠
		٪	١٣,٣	٨,٩	١١,١	
	أنثى	ك	-	٧	٢٣	٣٠
		٪	-	٧,٨	٢٥,٥	
	معًا	ك	٢	-	٢٨	٣٠
		٪	٢,٢	-	٣١,١	
مجموع			١٤	١٥	٦١	٩٠

٢ . العلاقة بين نوع صوت المعلق في الإعلان وجمهوره المستهدف :

من واقع بيانات الجدول رقم (٤) يتضح ما يلي:

- في حالة توجه الإعلان للجنسين معًا فإن صوت المعلقين الذكور هو الغالب بنسبة كبيرة وصلت إلى٢٧.٨٪ من إجمالي العينة ، في مقابل نسبة ضئيلة من أصوات الإناث المتوجهات إلى نفس النوعية من الجمهور المستهدف (الذكور والإناث معًا) بلغت ٥.٦٪ من الإجمالي .

- بالنسبة للإعلانات المتوجهة للإناث ، يظهر صوت الذكور بنسبة تفوق صوت الإناث ، إذ بلغت نسبة أصوات المعلقين الذكور ٢٤.٤٪ في مقابل نسبة ضئيلة لأصوات المعلقات الإناث بلغت ٨.٩٪.

- وكذلك الوضع بالنسبة للإعلانات المتوجهة للإناث ، يظهر صوت الذكور بنسبة كبيرة بلغت ٢٣.٣٪ من الإجمالي ، في مقابل نسبة أقل من أصوات المعلقات الإناث بلغت ١٠٪ من إجمالي الإعلانات .

جدول رقم (٤)

العلاقة بين نوع المعلق والجمهور المستهدف

نوع الجمهور المستهدف			ذكور	أنثى	معًا	مجموع	
						ك	٪
نوع المعلق	ذكر	ك	٢١	٢٢	٢٥	٦٨	٧٥,٦
		٪	٢٣,٣	٢٤,٤	٢٧,٨		
	أنثى	ك	٩	٨	٥	٢٢	٢٤,٤
		٪	١٠	٨,٩	٥,٦		
مجموع			٣٠	٣٠	٣٠	٩٠	

٣- العلاقة بين ادوار شخصيات النوع والجمهور المستهدف :

- نستخلص من هذه النتائج أن النسبة الغالبة من أصوات النوع المستخدم في التعليق كانت للذكور بنسبة بلغت ٧٥.٦٪ في مقابل أصوات أنثوية بلغت ٢٤.٤٪ ، ومتفوقة بذلك أصوات الذكور بشكل عام مهما كان الجمهور المستهدف من الإعلان سواء الذكور منهم أو الإناث أو كلبهما معًا .

- وتأتي هذه النتيجة متفقة مع ما توصل إليه بارتسش ١٩٩٨ Robert A. Bartsch (٦٣)في دراسته التي أظهرت أن نسب استخدام الأصوات الرجالية في التعليق على الإعلانات بلغت ٧١٪ ، بعد أن كانت في دراسات سابقة قد وصلت إلى ٩٠٪.

التساؤل الثاني: . إلى أي مدي تظهر الأنثى كشخصية رئيسية في الإعلانات التي تستهدف الإناث ؟

أكدت نتائج الدراسة وجود هذا التوافق بين نوع الجمهور المستهدف ونوع الشخصية الرئيسية في الإعلان بشكل عام ، وبالنسبة للإناث بشكل خاص ، ويظهر ذلك من خلال بيانات الجدول رقم (٥) على النحو التالي:

- بالنسبة للجمهور المستهدف للإعلان من الذكور ، جاءت الشخصيات الرئيسية التي ميزت الإعلانات من الذكور أيضا بنسبة من إجمالي الشخصيات الرئيسية في الإعلانات .

- وكذلك بالنسبة للجمهور المستهدف للإعلان من الإناث ، جاءت الشخصيات الرئيسية التي ميزت الإعلانات من الإناث أيضا بنسبة ٣٠٪ من إجمالي الشخصيات الرئيسية في الإعلانات . غير أنه في حالة كون الجمهور المستهدف من الذكور والإناث معًا ، فإن الشخصية الرئيسية في الإعلان تكون في الذكر بنسبة ٢٤.٥٪ من إجمالي الشخصيات الرئيسية.

جدول رقم (٣)

العلاقة بين الجمهور المستهدف والنوع الظاهر في الإعلان

طبيعة الأدوار			دور رئيسي للذكور	دور رئيسي للإناث	دور رئيسي لهما معا	مجموع
الجمهور المستهدف	ذكر	ك	٢٨	٢	-	٣٠
		٪	٣٢,٢	٢,٢	-	
	أنثى	ك	٢	٢٧	١	٣٠
		٪	٢,٢	٣٠	١,١	
	معًا	ك	٢٢	٤	٤	٣٠
		٪	٢٤,٥	٤,٤	٤,٤	
مجموع			١٤	١٥	٦١	٩٠

وقد يعكس ذلك مدى تفضيل شخصية الذكر في الإعلان على الأنثى في حالة توجه هذا الإعلان للجنسين معًا.

ثانيًا : طبيعة مكان تواجد الذكور والإناث في الإعلان :

التساؤل الثالث : ما طبيعة الأعمال التي يؤديها في الإعلان كل من الذكر والأنثى حسب طبيعة المنتج ونوع الجمهور الظاهر فيه؟

من واقع بيانات الجدول رقم (٦)

- يظهر الذكور في الإعلانات في أماكن يقع معظمها خارج المنزل بنسبة بلغت ٦٤.٣٪ من إجمالي ظهور الذكور ، في مقابل نسبة ١٣.٣٪ للإناث.

- تظهر الإناث في الإعلانات في أماكن داخل المنزل بنسبة بلغت ٧٣.٤٪ من إجمالي ظهور الإناث، في مقابل نسبة ١٤.٣٪ للذكور.

- عند ظهور النوعين معًا ، تكون أماكن ظهورهما متساوية داخل وخارج المنزل أو داخل المنزل فقط بنسبة بلغت ٤٤.٣٪ من إجمالي ظهورهما سويًا في الإعلانات.

جدول رقم (٦)

العلاقة بين نوع المعلق والجمهور المستهدف

نوع الجمهور المستهدف			ذكور	أنثى	معًا	مجموع	
						ك	٪
النوع الظاهر	ذكر	ك	٢	٩	٣	١٤	١٥,٦
		٪	١٤,٣	٦٤,٣	٢١,٤		
	أنثى	ك	١١	٢	٢	١٥	١٦,٧
		٪	٧٣,٤	١٣,٣	١٣,٣		
	معًا	ك	٢٧	٧	٢٧	٦١	٦٧,٧
		٪	٤٤,٣	١١,٤	٤٤,٣		
مجموع			٤٠	١٨	٣٢	٩٠	

٢- بيعة العمل الذي يؤديه النوع الرئيسي في الإعلان:

يتضح من بيانات الجدول رقم (٧) ما يلي:

بالنسبة للذكور:

- كان ظهور الذكر وحده في الإعلان يقترن بأدائه لوظيفة عامة بنسبة بلغت ٣٠.٨٪ من إجمالي الأعمال التي أدتها شخصيات الذكور في الإعلانات ثم

ظهرت شخصية الذكر متعاملة مع التكنولوجيا بنسبة بلغت ٢١.١٪ فأداء نشاط رياضي بنسبة ١٩.٢٪ تلتها ظهور شخصيته تسعى للجاذبية والجمال بنسبة ١٥.٤٪ ثم باحثًا عن التسلية بنسبة ١٣.٥٪.

جدول رقم (٧)

العلاقة بين الدور الرئيسي للنوع ومغزى العمل الذي يؤديه

النوع الظاهر		ذكر	أنثى	معًا	مجموع
السعي للجمال والجاذبية	ك	٨	١١	١	٢٠
	٪	١٥,٤	٣٣,٤	٢	٢٢,٢
القيام بوظيفة عامة	ك	١٦	-	١	١٧
	٪	٣٠,٨	-	٢	١٩
أداء عمل منزلي	ك	-	٩	٢	١١
	٪	-	٢٧,٣	٤٠	١٢,٢
التعامل مع التكنولوجيا	ك	١١	-	-	١١
	٪	٢١,١	-	-	١٢,٢
أداء نشاط رياضي	ك	١٠	-	-	١٠
	٪	١٩,٢	-	-	١١,١
رعاية الأ ـفال	ك	-	٩	-	٩
	٪	-	٢٧,٣	-	١٠
التسلية	ك	٧	١	١	٩
	٪	١٣,٥	٣	٢	١٠
البحث عن المتعة	ك	-	٣	-	٣
	٪	-	٩	-	٣,٣
مجموع	ك	٥٢	٣٣	٥	٩٠
	٪	٥٧,٨	٣٦,٧	٥,٥	

بالنسبة للإناث:

- جاء ظهور الإناث وحدهن في الإعلانات مقترنا بسعيهن للبحث عن الجمال والجاذبية بنسبة كبيرة بلغت ٣١.٤٪ من إجمالي الأعمال التي قمن بها في الإعلانات ثم تساوت نسبتا أدائهن عملا منزليا ورعاية الأطفال حيث بلغتا ٢٧.٣٪ لكل منهما ، تلي ذلك اقتران عملهن بالبحث عن المتعة بنسبة بلغت ٩٪ ثم التسلية بنسبة ٣٪ من إجمالي ظهورهن وحدهن في الإعلانات .

بالنسبة لظهورهما معًا:

- أظهرت نتائج الجدول أن ظهور الذكور والإناث معًا في الإعلانات جاء مقترنًا بقيامهما معًا أو أحدهما بأعمال منزلية بنسبة ٤٠٪ من إجمالي ظهورهما معًا ثم تساوت باقي النسب حسب ما هو وارد في الجدول.

- عند ترتيب الأعمال التي قامت بها الشخصيات عمومًا في الإعلانات نجد أن السعي للجاذبية والاهتمام بالمظهر الجمالي كان على رأس الأعمال التي ظهرت.

- وعند تحديد نوع الشخصيات الرئيسية التي قامت بالدور الرئيسي في الإعلان ، نجد أن الذكور كانوا هم الأكثر ظهورًا كشخصيات رئيسية بنسبة بلغت ٥٧.٨٪ ، تلتها شخصيات الإناث بنسبة٣٦.٧٪ من إجمالي الشخصيات التي ظهرت في الإعلانات التلفزيونية العربية .

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات سبق عرضها ، حيث أظهرت معظم هذه البحوث أن الإعلان التلفزيوني يعكس صورة تقليدية للمرأة بشكل عام ، ضمن مفهوم التبعية ، إذ ظهرت المرأة عادة ضمن بيئة المنزل تؤدي أنشطة منزلية محددة في الطهي والتنظيف ورعاية الأطفال والاهتمام بمظهرها الجسدي.(٦٤) كما توصل بارتسش ١٩٩٨ Robert A. Bartsch(٦٥) إلى أن تمثيل الرجال أقل في الإعلانات التي تهتم بالشؤون المنزلية عنها في الإعلانات الأخرى التي تهتم بالشؤون غير المنزلية ، في الوقت الذي يقل تواجد النساء في النوع الأخير من الإعلانات ، وكذلك توصل أوكنر (١٩٨٩) O'Connnor[(٦٦)] إلى أن الإناث اللواتي ظهرن في الإعلانات كانوا غالبًا في أوضاع منزلية بينما الذكور كانوا يمارسون أعمالًا خارج المنزل .

ثالثًا : استخدامات اللقطات للنوع في الإعلانات :

التساؤل الرابع: ما هي استخدامات اللقطات القريبة لظهور الأنثى في الإعلان ومبرراتها مقارنة باستخداماتها ومبرراتها للذكر ؟

يأتي استخدامات اللقطات للنوع في الإعلانات من خلال بيانات الجدول رقم (٨) على النحو التالي:

جدول رقم (٨)

العلاقة بين تكرارات ظهور النوع وأحجام اللقطات

تكرارات ظهور النوع			تكرارات ظهور الذكور	تكرارات ظهور الإناث	تكرارات ظهورهما معا	مجموع	
						ك	٪
أحجام اللقطات	قريبة	ك	١٠١	٢٤٥	٤٧	٢٩٣	٢٨,٢
		٪	٢٥,٧	٦٢,٣	١٢		
	متوسطة	ك	١٨٤	١٨٥	٩٠	٤٥٩	٢٣
		٪	٤٠,١	٤٠,٣	١٩,٦		
	بعيدة	ك	١٤٤	٧٩	١١٥	٣٣٨	٢٤,٣
		٪	٤٢,٦	٢٣,٤	٣٤		
	متغيرة	ك	٩٠	٦١	٥٠	٢٠١	١٤,٥
		٪	٤٤,٨	٣٠,٣	٢٤,٩		
مجموع			٥١٩	٥٧٠	٣٠٢	١٣٩١	

١/١ بالنسبة للقطات القريبة : Close Up Shots

- استخدمت اللقطات القريبة للإناث بنسبة كبيرة فاقت نسبة استخدامها للذكور حيث بلغت ٦٢.٣٪ مقارنة بنسبة استخداماتها للذكور وبلغت ٢٥.٧٪ من إجمالي استخدامات اللقطات القريبة .

- بلغت نسبة استخدام اللقطات القريبة عموما في المرتبة الثانية من استخدامات اللقطات بشكل عام بنسبة بلغت ٢٨.٢٪ من إجمالي اللقطات كلها.

٢/١ بالنسبة للقطات المتوسطة : Medium Shots

- استخدمت اللقطات المتوسطة للإناث والذكور بنسب متقاربة تراوحت ما بين ٤٠.١ – ٤٠.٣٪ من إجمالي اللقطات المتوسطة .

- بلغت نسبة استخدام اللقطات المتوسطة عموما ٣٣٪ من إجمالي اللقطات عمومًا لتعد بذلك أكثر أحجام اللقطات استخداما في الإعلانات التلفزيونية موضع التحليل .

٣/١ بالنسبة للقطات البعيدة : Long Shots

- استخدمت اللقطات البعيدة للذكور أكثر من استخدامها للإناث ، حيث بلغت ٤٢.٦٪ للذكور و٢٣.٤٪ للإناث.

- بلغت نسبة استخدام اللقطات البعيدة عمومًا ٢٤.٣٪ من إجمالي اللقطات عمومًا لتأتي بذلك في المرتبة الثالثة بين أحجام اللقطات المستخدمة في الإعلانات التلفزيونية موضع التحليل.

٢ - مبررات استخدام اللقطات للذكور والإناث في الإعلانات :

فيما يتعلق بالإجابة عن التساؤل الذي يدور حول مبررات استخدامات اللقطات القريبة ، يظهر من خلال الجدول رقم (٩) ما يلي:

- أن اللقطات عمومًا التي استخدمت لتصوير الإناث كانت بهدف التركيز على إظهار جزء من الجسم جاءت بنسبة ٦٣.٣٪ مقارنة بنسبة استخدامها لنفس الغرض في الذكور وبلغت٣٦.٧٪ من إجمالي استخدامات هذه اللقطات للنوعين.

- أظهرت النتائج صحة التساؤل القائل باستخدام اللقطات القريبة بغرض إظهار جزء من الجسم للإناث ، وذلك بنسبة ١٥.٩٪ من إجمالي استخدام اللقطات بأغراضها المختلفة ، وذلك مقارنة بنفس الاستخدام للذكور في ٤.٥٪ فقط.

- بينما جاء استخدام اللقطات البعيدة بغرض إظهار المكان ككل عندما يظهر فيها الذكور بنسبة ٨.١٪، نظرًا لأن معظم ظروف ظهور الذكور في الإعلانات كان يقترن بأداء وظيفة من الوظائف سواء منها الحركية أو المهنية.

جدول رقم (٩)

العلاقة بين أحجام اللقطات ومبررات استخدامها حسب النوع

مبررات الاستخدام			إظهار المكان ككل		التركيز على جزء من الجسم		إبراز حركات أو مشاعر معينة		مجموع
			إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	
أحجام اللقطات	قريبة	ك	-	-	١٧٣	٧٩	٧٢	٥٢	٣٤٦
		٪			١٩,٩	٤,٥	٦,٦	٤,٨	٣١,٨
	متوسطة	ك	٧٠	٥٣	٣٨	٦٠	٧٧	٧١	٣٦٩
		٪	٦,٤	٤,٩	٤,٤	٥,٥	٧,١	٦,٥	٣٣,٩
	بعيدة	ك	١٨	٨٨	-	-	٦١	٥٦	٢٢٣
		٪	١,٦	٨,١	-	-	٥,٦	٥,١	٢,٥
	متغيرة	ك	٨	٤٠	٢١	٢٦	٣٢	٢٤	١٥١
		٪	٧	٣,٧	١,٩	٢,٤	٢,٩	٢,٢	١٣,٨
مجموع		ك	٩٦	١٨١	٢٣٢	١٣٥	٢٤٢	٢٠٣	١٠٨٩
		٪	٣٤,٦	٦٥,٤	٦٣,٣	٣٦,٧	٥٤,٤	٤٥,٦	
		ك	٢٧٧		٣٦٧		٤٤٥		
		٪	٢٥,٤		٣٣,٧		٤٠,٩		

- فيما يتعلق بإظهار حركات أو مشاعر معينة جاء استخدام اللقطات المتوسطة للإناث هو الاستخدام الأغلب لهذه اللقطات بنسبة ٧.١٪ من إجمالي أغراض اللقطات مقارنة بنسبة ٦.٥٪ للذكور.

- جاء استخدام اللقطات في الإعلانات التليفزيونية بغرض التركيز على إظهار المشاعر والحركات والانفعالات هو الغرض الأكثر استخدامًا بين كافة مبررات اللقطات بنسبة ٤٠.٩٪.

رابعًا: العلاقة بين حركات الكاميرا والنوع:

١- العلاقة بين النوع وحركات الكاميرا:

يتضح من بيانات الجدول رقم (١٠) ما يلي:

- أن اللقطات الثابتة جاءت الأكثر استخدامًا في الإعلانات مقارنة باللقطات التي تقترن بحركة الكاميرا بنسبة ٧٠.٤٪، وقد يرجع ذلك إلى استخدام أسلوب القطع السريع بين اللقطات مما يفضل معه عدم المبالغة في حركة الكاميرا.

- إن الحركات الأفقية والرأسية جاءت الأكثر استخدامًا بنسبة ١٥.٨٪ من إجمالي حركات الكاميرا عمومًا.

- جاءت حركة الاقتراب Zoom In or Dolly in مستخدمة للذكور بنسبة ٥١.٨٪ مقارنة بالإناث بنسبة ٤٨.٢٪، وكذلك حركة الابتعاد zoom out or Dolly out بنسبة ٥٨٪ للذكور من إجمالي هذه الحركات وكذلك جاءت حركات المتابعة الأفقية أو الرأسية Pan Left , Right, Up and Down للإناث بنسبة ٧٠.٩٪.

جدول رقم (١٠)

العلاقة بين النوع الظاهر وحركات الكاميرا

النوع الظاهر في الإعلان			الذكر	الأنثى	مجموع
حركات الكاميرا	اقتراب	ك	٥٨	٥٤	١١٢
		٪	٥١,٨	٤٨,٢	١٠,٣
	ابتعاد	ك	٢٢	١٦	٣٧
		٪	٥٨	٤٢	٣,٥
	حركات أفقية أو رأسية	ك	١٢٢	٥٠	١٧٢
		٪	٧٠,٩	٢٩,١	١٥,٨
	لقطات ثابتة	ك	٣١٧	٤٥٠	٧٦٧
		٪	٤١,٣	٥٨,٧	٧٠,٧
مجموع			٥١٩	٥٧٠	١٠٨٩

٢- مبررات حركة الكاميرا مقارنة بالنوع الظاهر:

التساؤل الخامس : ما مدى العلاقة بين استخدام حركات الكاميرا بغرض لفت انتباه المشاهد ووجود الأنثى في الإعلان؟

أكدت نتائج الدراسة من خلال بيانات الجدول رقم (١١) وجود علاقة بين مبرر استخدام حركة اقتراب الكاميرا من الأنثى ولفت انتباه المشاهد ، وذلك على النحو التالي:

- أن سعي حركة الكاميرا بشكل عام إلى لفت انتباه المشاهد في اللقطات التي تظهر فيها الأنثى جاء بنسبة بلغت ٤٢.٥٪ من إجمالي مبررات كافة حركات الكاميرا.

- فيما يتعلق بحركة اقتراب الكاميرا من الأنثى، جاء ذلك بغرض لفت انتباه المشاهد بنسبة كبيرة بلغت ٧٩.٧٪ مقارنة بالمبررات الأخرى لنفس الحركة.

- أما فيما يتعلق بابتعاد الكاميرا عن الأنثى ، فقد جاء ذلك بغرض متابعة حركتها بنسبة ٣٧.٥٪ من إجمالي مبررات هذه الحركة.

- بينما جاءت مبررات حركات الكاميرا الأفقية والرأسية للأنثى بنسبة ٥٨٪ من إجمالي مبررات هذه الحركة.

جدول رقم (١١)

العلاقة بين حركات الكاميرا ومبرراتها للإناث

مبررات الاستخدام			متابعة حركة	الربط بين عنصرين	الاستكشاف	لفت انتباه المشاهد	مجموع
حركات الكاميرا	اقتراب	ك	٣	٢	٦	٤٣	٥٤
		٪	٥,٥	٣,٧	١١,١	٧٩,٧	٤٥
	ابتعاد	ك	٦	٥	٤	١	١٦
		٪	٣٧,٥	٣١,٢	٢٥	٦,٣	١٣,٣
	حركات أفقية أو رأسية	ك	٢٩	١٤	-	٧	٥٠
		٪	٥٨	٢٨	-	١٤	٤١,٧
مجموع			٣٨	٢١	١٠	٥١	١٢٠
			٣١,٧	١٧,٥	٨,٣	٤٢,٥	

الخلاصة:

جاءت نتائج الدراسة لتؤكد وجود فروق واضحة في الصورة التي يظهر بها كل من الأنثى والذكر في الإعلانات التلفزيونية العربية ويختلف التعامل مع النوع ضمن بعض الأطر الفنية التي يقدم بها النوع ، بما يحمله ذلك من تأثيرات غير مباشرة على الجمهور المتلقي للإعلان ، وخاصة منه الصغار ، الذين يبنون تصوراتهم عن النوع سواء الذي ينتمون إليه أم الآخر ، ضمن مفهوم التنشئة الاجتماعية ، وبما يعمق النظرة الخاطئة للذات والآخر في بعض الأحيان بصورة عميقة موقد كشفت النتائج عما يلي:

- أن الإعلان عندما يتوجه للإناث فإن الإناث لا تظهرن عادة إلا مقترنات بظهور الذكور معهن بينما عندما يتوجه الإعلان لهما معًا (الذكور والإناث) فإنهما يظهران فيه معًا .

- عند توجه الإعلان للذكور وحدهم كجمهور مستهدف فإنهم يظهرون وحدهم في هذه الإعلانات في مقابل نسبة ضئيلة لظهور الإناث وحدهن في الإعلانات الموجهة لنوعهن.

- غلبت نسبة المعلقين الذكور على الإناث في الإعلانات مهما كان الجمهور المستهدف من الإعلان سواء الذكور منهم أو الإناث أو كليهما معًا .

- جاءت الشخصيات الرئيسية التي ظهرت في الإعلانات من الذكور بالنسبة لجمهور الذكور المستهدف من الإعلان ، وكذلك بالنسبة للجمهور المستهدف للإعلان من الإناث ، جاءت الشخصيات الرئيسية التي ميزت الإعلانات من الإناث أيضًا ، غير أنه في حالة تشكل الجمهور المستهدف من الذكور والإناث معًا ، فإن الشخصية الرئيسية في الإعلان تكون هي الذكر ، مما قد يعكس تفضيلًا لشخصية الذكر على الأنثى في الإعلان في حالة توجه هذا الإعلان للجنسين معًا.

- جاء الدور الذي يقوم به الذكر عندما يظهر وحده في الإعلان ، مقترنا بأدائه لوظيفة عامة في المقام الأول أو متعاملًا مع التكنولوجيا أو مؤديا لنشاط رياضي ، بينما جاء ظهور الأنثى وحدها في الإعلانات مقترنا بسعيها للبحث عن

الجمال والجاذبية أو تؤدى عملا منزليا أو ترعى أطفالها .

- جاء سعى الشخصيات الرئيسية عموما للسعي والظهور بمظهر جذاب وجميل على رأس الأعمال التي تقوم بها الشخصيات عموما في الإعلانات التلفزيونية العربية ، سواء منهما شخصية الذكر والأنثى.

- جاء الذكور الأكثر ظهورا كشخصيات رئيسية في الإعلانات التلفزيونية العربية .

- استخدمت اللقطات القريبة للإناث بنسبة كبيرة فاقت نسبة استخدامها للذكور بهدف التركيز على إظهار جزء من الجسم مقارنة بنسبة استخدامها لنفس الغرض في الذكور.

- أن اللقطات الثابتة جاءت الأكثر استخداما في الإعلانات مقارنة باللقطات التي تقترن بحركة الكاميرا ، نظرا لاستخدام أسلوب القطع السريع بين اللقطات ضمن أساليب إخراج الإعلانات .

- جاء سعى حركة الكاميرا بشكل عام إلى لفت انتباه المشاهد في اللقطات التي تظهر فيها الأنثى واضحا مقارنة بالمبررات الأخرى لنفس الحركة .

وهكذا تخرج هذه الدراسة بالعديد من النتائج التي تؤكد وجود اختلافات ظاهرة في صورة الذكر والأنثى في الإعلانات التلفزيونية العربية .

مصادر الدراسة :

1.Thurow L: The Future, of Capitalism: How Today's Economic Forces Shape Tomorrow's World. New York, NY, Penguin Books USA, 1996, p 277

2. Sanderson, Samantha. (1990). You've Come a Long Way Baby- or Have You? USA Today: The Magazine of the American Scene, 12, p. 60.

3. Morgan, M. (1982). Television and Adolescents' Sex Role Stereotypes: A Longitudinal Study. Journal of Personality and Social Psychology, 43, 947-955.

4.Signorielli, N. (1993). Television, the Portrayal of Women, and Children's Attitudes. Children and Television: Images in a Changing Sociocultural World. California : Sage Publications, Inc.

5. Lieberman D, Farrell G: Advertisers shell out billions for 2001 TV season. USA Today, May 26, 2000, p IB

6.Strasburger VC: Adolescents and the Media: Medical and Psychological Impact. Thousand Oaks, CA, Sage, 1995

7. Kunkel D, Roberts D: Young minds and marketplace values: Issues in children's advertising. J Social Issues 47:57-72, 1991

8. Ethridge M: Kid clout. Albuquerque J, October 31, 1999, p Cl

9. Span P: Marketers hang on affluent teen-agers' every wish. Albuquerque J (Washington Post News Service), June 27, 1999, p C3.

10. Horgen KB, Choate M, Brownell KD: Television food advertising,, in Singer DG, Singer JL (eds): Handbook of Children and Media. Thousand Oaks, CA, Sage, 2001, pp 447-461

11. Kunkel D: Children and television advertising, in Singer DG, Singer JL (eds): Handbook of Children and the Media. Thousand Oaks, CA, Sage, 2001, pp 375-393

12. Macklin MC, Carlson L (eds): Advertising to Children: Concepts and Controversies. Thousand Oaks, CA, Sage, 1999

13. Brucks M, Armstrong FM, Goldberg M: Children's use of cognitive defenses against television advertising: A cognitive response approach. J Consumer Res 14:471-482, 1988

14. Valkenburg PM: Media and youth consumerism. J Adolesc Health 27(Suppl):52-56, 2000

15. Committee on Definitions of the American Marketing Association, A glossary of Marketing terms. Re-print A.M.A. Chicago 1963, p.9.

16. Goodrum, C., & Dalrymple, H. (1990). Advertising in America: the first 200 years. New York: Harry N. Abrams, Inc.p. 39-48.

17. Hall, J. (1994). Mighty minutes: An illustrated history of television's best commercials. New York: Harmony Books. P.9

18. Chaudhuri, A., & Buck, R. (1995). Affect, reason, and persuasion advertising strategies that predict affective and analytic-cognitive responses. Human Communication Research, 21, p 424.

19. Hall, J. (1994). Mighty minutes: An illustrated history of television's best commercials. New York: Harmony Books. P.42-44.

20. Jowett , G., & O'Donnell, J. (1986). Propaganda and persuasion. New York: Sage Publications. P(164,165)

21. Hall, J. (1994). Op.cit. P.14-27.

22. Unger, R. K. & Crawford, M. (1992). Women and gender: A feminist psychology. New York: McGraw-Hill. Welch, R. L., Huston-Stein, A., Wright, J. C., & Plehal, R. (1979). Subtle sex-role cues in children's commercials. (1979). Journal of Communication, 29, 202-209.

23. Jennings, J., Geis, E L., & Brown, V. (1980). Influence of television commercials on women's self-confidence and independent judgement. Journal of Personality and Social Psychology, 38, 203-210.

24. Bandura, A. (1977). Social learning theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

25. McArthur, L. Z., & Resko, B. G. (1975). The portrayal of men and women in American television commercials. Journal of Social Psychology, 97, 209-220.

26. Barcus, F. Earle (1977). Children's Television: An Analysis of Programming and Advertising. New York: Praeger Publishers.

27.Goffman, Erving (1979). Gender Advertisements. New York: Harper and Row.

28. Smith, Lois J. (1994). "A Content Analysis of Gender Differences in Children's Advertising". Journal of Broadcasting & Electronic Media, 38, 323-37.

29. Jacobson, Michael F. and Laurie Ann Mazur (1995). Marketing Madness [A Survival Guide for a Consumer Society] . Boulder, CO: Westview Press, p. 25.

30. Alexander, V. (1994). The image of children in magazine advertisements from 1905 to 1990. Communication Research, 21, (745-747).

31. Parenti, M. (1992). Make believe media: The politics of entertainment. New York: St. Martin's Press. P. (163).

32. Messaris, P. (1994). Visual 'literacy': Image, mind & reality. Boulder, CO: Westview Press.

33. Condry, J., Bence, P. & Scheibe, C. (1988). Non program content of children's television. Journal of Broadcasting and Electronic Media, 32(3), 255-270.

34. Lovdal, L. T. (1989). Sex role messages in television commercials. Sex Roles: A Journal of Research, 21(11/12), 715-724.

35. Adler, R. P., Lesser, G. S., Meringoff, L. K., Robertson, T. S., Rossiter, J. R., Ward, S. (1980). The Effects of Television Advertising on Children. Massachusetts: Lexington Books.

36. McArthur, L. Z., & Eisen, S. V. (n .d.). Television and Sex-Role Stereotyping. Unpublished paper, Brandeis University, Waltham, Massachusetts.

37. Macklin, M. C., & Kolbe, R. H. (1984). Sex role stereotyping in children's advertising: Current and past trends. Journal of Advertising, 13, 34-42.

38. Atkin, C. (1975) "Effects of Television Advertising on Children -Second Year Experimental Evidence." Report #2, Michigan State University, June 1975.

39. Geis, F. L., Brown, V., Jennings, J., & Porter, N. (1984). TV commercials as achievement scripts for women. Sex Roles: A Journal of Research, 10(7/8), 513-525.

40. Ruble, D. N., Balaban, T., & Cooper, J. (1981). Gender constancy and the effects of sex-typed televised toy commercials. Child Development, 52, 667-673.

41. Furnham, A. & Bitar, N. (1993). The Stereotyped Portrayal of Men and Women in British Television Advertisements. Sex Roles. 27, p. 298.

42. Zettl, H. (1990). Sight sound motion: Applied media aesthetics. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company, p. (55).

43. Zettl, H. (1990). Op.cit. p. (19).

44. Ibid. p. (215, 216).

45. . Ibid. p. (237).

46. Ibid. p. (335-352).

47. MacKay, N.J., & Covell, K. (1997). The impact of women in advertisements on attitudes toward women. Sex Roles, 36, 573-583.

48. Manca, Luigi & Alessandra. (1994). Gender and Utopia in Advertising. Illinois: Procopian Press., p. 6.

٤٩- عصام الدين أحمد فرج ، صورة المرأة في إعلانات التليفزيون المصري ، دراسة تحليلية لإعلانات التليفزيون المصري عام ١٩٨٥ ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.

50.Sanderson, Samantha. (1990). You've Come a Long Way Baby- or Have You? USA Today: The Magazine of the American Scene, 12, p. 60.

51. Craig, R.S. (1992). The Effects of Television Day Part on Gender Portrayals in Television Commercials: A Content Analysis. Sex Roles, 26, 197-211.

52. Goffman, Erving. (1976). Gender Advertisements. USA: Harper & Row. P. 28.

53. Robert A. Bartsch(2000) Gender Representation in Television Commercials: Updating an Update [1], University of Texas of the Permian Basin, Odessa, Texas Issue: Nov, 2000 ,P28.

54. Welch, R.L., Huston-Stein, A., Wright, J.C. & Plehal, R. (1979). Subtle Sex- Role Cues in Children's Commercials. Journal of Communication, 29 (3), 202-09.

55. O'Connor, John J. (1989). What are TV Ads Selling to Children? Advertising Age, 60, 34&3S.

56. Ruble, D. N., Balaban, T., & Cooper, J. (1981). Gender constancy and the effects of sex-typed televised toy commercials. Child Development, 52, 667-673.

57.Greenfield, P. M. (1984). Mind and media: The effects of television, video games, and computers. Cambridge, MA: Harvard University Press.

58. Gary Warren Melton and Gilbert L. Fowler, Jr. (1987). Female Roles in Radio Advertising. Journalism Quarterly, 64 (1): 145-49.

59. Jane M. Simmons (1986). Gender Differences of Nonverbal Power Cues in Television Commercials. Proceedings of the 1986 Convention of the American Academy of Advertising, (ed.), Ernest F. Larkin: R72-R76.

60. Kathleen Debevec and Easwar lyer (1986). The Influence of Spokespersons in Altering a Product's Gender Image: Implications for Advertising Effectiveness. Journal of Advertising, 15 (4): 12-20.

61. Majorie J. Caballero and William M. Pride (1984). Selected Effects of Salesperson Sex and Attractiveness in Direct Mail Advertisements. Journal of Marketing, 48 (Winter): 94-100.

62.M. Carole Macklin and Richard H. Kolbe (1984). Sex Role Stereotyping in Children's Advertising: Current and Past Trends. Journal of Advertising, 13 (2): 34-42.

63. Robert A. Bartsch. (2000) Op.cit.P.23.

64. Craig, R.S. (1992 Op.cit. P.197-211.

65. Robert A. Bartsch. (2000) Op.cit. P 26.

رأي الفتاة الجامعية

في صورتها التي تقدمها الدراما العربية بالتليفزيون

د. جيهان يسري

الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة

مقدمة :

إن نظرة العالم لأي مجتمع أصبحت تتأثر كثيرًا بمكانة المرأة فيه وبمدى مشاركتها وتمكينها من الاضطلاع بأدوارها وإزالة المعوقات التي تحول دون ذلك ؛ لأن المرأة الكفء تعد ثروة بشرية اقتصادية وطنيا وعلى الساحة الدولية(1) كما أنها تتأثر أيضا بصورة المرأة التي تقدم في وسائل الإعلام ذلك لأن الصورة كلما اتسمت بالإيجابية (2) فإنها تنعكس إيجابيا على تقدير هذا المجتمع واحترامه للمرأة ولدورها واهتماماتها من ناحية مما يعود عليه بالنفع والفائدة بل وتحفز المرأة ذاتها وتطلق طاقاتها الإبداعية وتدعم مشاركتها في المجتمع من ناحية أخرى .. من هنا كانت دعوة "منهاج عمل بكين" الذي أقرته الأمم المتحدة عام ١٩٩٥ إلى ضرورة التخلص من الصورة السلبية والمهينة للمرأة في وسائل الاتصال من أجل خلق صورة متوازنة عن تنوع حياتها ومساهمتها في المجتمع(3).

ومصر من الدول التي بدأت تولي عناية خاصة لتعزيز وضع المرأة في مجتمعها، ولحتمية تغيير نظرة المرأة نحو ذاتها وحثها على ممارسة حقوقها خاصة حقها في التنمية وتعديل التشريعات وفي طرح صورة حقيقية لها في كافة وسائل الإعلام المصرية تعكس التطور الحقيقي لواقعها الفعلي . ولكن هل تصدى الإعلام المرئي في مصر لمسؤولياته الاجتماعية في تقديم صورة واقعية لأوضاع المرأة في بلادنا؟ وهل استطاع التخلص من الصورة السلبية والمهينة للمرأة وهي للأسف الصورة الغالبة لها كما تؤكد نتائج العديد من الدراسات والبحوث؟

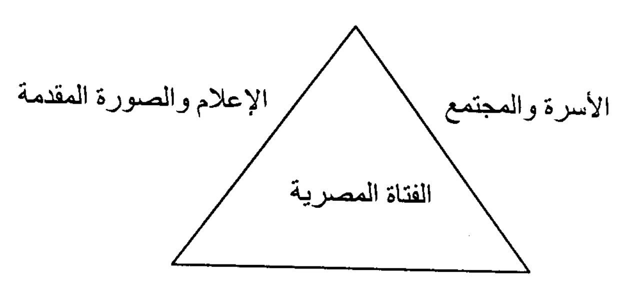
من هنا يأتي هذا البحث ليستطلع رأي الفتاة الجامعية – كشريحة مهمة من شرائح جمهور المرأة في مصر ، ونموذج واع ممثل للمرأة في وطنها – في صورة المرأة المصرية ككل وصورتها كفتاة على وجه التحديد والتي تعكسها الدراما المرئية العربية التي يقدمها التليفزيون .

مشكلة البحث:

يقوم التليفزيون بدور مهم في بناء الصور الذهنية بل والعمل على قبولها وترويجها ويزداد تأثير هذه الصور والقوالب في الأعمال الدرامية التي يقوم بتقديمها، حيث إن المشاهد عند تعرضه لها يكون أكثر استرخاء ويكاد يتجرد من أدواته النقدية ومن ثم يوافق على أن يتم اختراقه وغزوه بهذا السيل المستمر من المعلومات والآراء والانطباعات والصور التي تقدمها الدراما، وكلما زاد تعرض الأفراد لنفس المضمون ولذات الرسالة بشكل متكرر كلما تشابهت الصور بدرجة كبيرة[٤]. ولكن هذه الدراما لا تعكس بدقة صورة المجتمع الذي تتناوله على الرغم مما يتوافر لديها من أساليب وإمكانيات فنية وإبداعية قادرة على إظهار الأوضاع المجتمعية الحقيقية المختلفة، حيث تلعب عوامل الإثارة والعنف وتحقيق الربح دورًا مهمًا في إنتاجها مما يجعلها تختلف عن الواقع بل وقد تكون في بعض الأحيان صورة مزيفة له حيث أن الكثير من النماذج المقدمة على الشاشة ص نماذج غير عادية من الشخصيات، يتم اختيارها من بين الشاذ وغير التقليدي حتى يمكنها لفت الأنظار وجذب الانتباه[٥]. وقد أكدت نتائج العديد من الدراسات على أن الصورة الغالبة للمرأة المصرية في «الدراما» التي يقدمها التليفزيون لا تعكس بدقة صورة المجتمع المصري الذي تتناوله بل وتختلف تمامًا عن الواقع.

والآن، بدأ يزداد مستوى الوعي في مصر بقضايا المرأة وبالدور الذي بإمكانها القيام به في تنمية مجتمعها .. فتم إنشاء «مجلس قومي للمرأة» منذ ثلاث سنوات عام ٢٠٠٠ يستهدف الاهتمام بالمرأة المصرية وبقضاياها ويعمل على تحسين وضعها وتطوير أدائها بما يزيد من فعالية مشاركتها في تنمية مجتمعها، وتحسين صورتها التي تقدمها لها وسائل الإعلام .. كما أصبحت قضايا المرأة في صدارة الأجندة القومية ومن ثم تم دمج إستراتيجية تنميتها في الخطة الخمسية الجاري العمل بها (٢٠٠٢/ ٢٠٠٧).. كما تم إعلان عام ٢٠٠١ «عامًا للفتاة المصرية» بهدف توجيه الوعي بقضاياها المهمة على أجندة اهتمامات العمل الوطني في مصر من أجل العمل على تغيير أوضاعها وتحسين صورتها[٦]. وقد أكد هذا الإعلان على ضرورة أن يقوم الإعلام بدوره في هذا الصدد انطلاقًا من أن للإعلام في مجتمعه دورًا مهمًا وعليه مسؤوليات في إحداث عمليات التحديث والتطوير لامتلاكه الآليات التي تمكنه من تحقيق ذلك، وترى الباحثة أن دور

الإعلام هنا هو دور ثلاثة ألأبعاد وذلك على النحو التالي شكل رقم (١)



شكل رقم (١) أبعاد دور الإعلام في عام الفتاة المصرية

- البعد الأول يتعلق بالأسرة والمجتمع وفيه يقوم الإعلام بتوجيه وعي الأسرة والمجتمع بقيمة الفتاة وبدورها الفاعل في مسيرة التنمية وبحقها في الرعاية والاهتمام وفى القضاء على العنف والممارسات الضارة .

- البعد الثاني يركز على الفتاة المصرية ذاتها من خلال تحفيزها على ضرورة التزود بالعلم واكتساب المهارات المختلفة ، وحثها على الحرص والتفوق والتميز وتعميق معرفتها بحقوقها المختلفة الاجتماعية والقانونية والسياسية .

- أما البعد الأخير فهو خاص بالإعلام وبالصورة التي يقدمها عن الفتاة المصرية وفيه تقوم وسائل الإعلام بشكل أكثر ايجابية في إجراء ((مراجعة علمية)) للصور النمطية السائدة للفتاة المصرية في كل ما يقدم من مواد إعلامية أو درامية وذلك من خلال ((تفنيد)) هذه الصور السلبية واقتراح صور أكثر ايجابية تقدم الوجه الحقيقي لوضع الفتاة المصرية حاليًا في مجتمعها بصفة خاصة بل ووضع المرأة المصرية بصفة عامة .

ولكن وبعد مرور ثلاث سنوات تقريبًا على إنشاء مجلس قومي للمرأة في مصر يستهدف الاهتمام بها وبقضاياها وبتحسين صورتها في الإعلام وبعد إعلان عام ٢٠٠٣ عامًا للفتاة المصرية بصفة عامة ؛ ولأن الفتاة المصرية الجامعية بصفة خاصة بإمكانها أن تعبر عن رأيها بصراحة ووضوح ، كما أن عليها بعد الانتهاء من سنواتها الدراسية الجامعية أن تتحمل أعباء هذا المجتمع كمواطنة مصرية مشاركة ، لها دورها الأساسي في تنمية مجتمعها وفى تطويره ، ثم كأم مصرية لها دور مهم في تنشئة أجيال جديدة .. إذن ما رأى الفتاة المصرية الجامعية في

الصورة المقدمة عنها في الأعمال الدرامية التي يبثها التليفزيون بقنواته المختلفة العامة والإقليمية والفضائية وحتى المتخصصة؟ وهل نجحت الجهود المبذولة على كافة المستويات في تغيير الصورة السلبية التي تقدم للمرأة المصرية في الدراما؟

من هنا، يستهدف هذا البحث التعرف عن قرب على وجهة نظر الفتاة المصرية الجامعية من خلال رصد آرائها واتجاهاتها نحو صورتها وصورة المرأة المصرية بصفة عامة التي تقدمها لها الدراما العربية بأشكالها المختلفة من مسلسلات وأفلام وتمثيليات ومسرحيات ، وبرامج درامية يقدمها التليفزيون من حيث درجة تعبيرها عن واقعها الفعلي ومدى نجاحها في تقديم الصورة الحقيقية لها ، والملامح الايجابية والسلبية التي تقدم عنها والقضايا والموضوعات التي تهم المرأة في مصر ويجب التركيز عليها لزيادة مشاركتها الفعلية في خدمة وتطوير مجتمعها وكذلك مقترحاتها لكيفية تحسين وتطوير هذه الصورة مع تحديدها للجهات المسؤولة عن ذلك.

الدراسات السابقة :

من خلال إجراء دراسة مسحية للدراسات السابقة التي تعرضت لصورة المرأة والفتاة المصرية في الدراما التي يقدمها التليفزيون للتعرف على أهم نتائجها فيما يتعلق بملامح هذه الصورة ومدى عكسها للواقع الفعلي للمرأة والفتاة في مصر، لاحظت الباحثة :

- تعدد الدراسات التحليلية وتنوعها التي تعرضت للمرأة والإعلام بصفة عامة ، في حين تلت الدراسات التي تعرضت لصورة المرأة في الدراما وندرت الدراسات التي تعرضت لصورة الفتاة على وجه التحديد .

- كما ندرت الدراسات الميدانية التي تستهدف التعرف على وجهة نظر المرأة المصرية نفسها - ككل - كجمهور مستهدف حقيقي في كل ما يبث عنها .

وقد أكدت معظم هذه الدراسات على عدة نتائج مهمة وأفادت كثيرًا الباحثة في تحديد المشكلة البحثية وفى وضع التساؤلات التي انطلقت منها فئات استمارة الاستبيان التي تم تطبيقها على طالبات الجامعة .

أولا : من الدراسات المتعلقة بصورة المرأة والإعلام بصفة عامة والتي تميزت برصدها وتحليلها للدراسات السابقة وأفادت منها الباحثة :

- دراسة د . **نجوى كامل** (١٩٩٨)[٧] وأفادت كثيرًا في التعرف على أسباب الصورة النمطية للمرأة المصرية في الإعلام وأبرز ملامحها حيث أكدت هذه الدراسة المهمة أنه في الثمانينيات وتأثرًا ببروز قضايا المرأة في المستوى الدولي اهتمت جهات بحثية عديدة في مصر في الجامعات ومراكز البحوث بدراسة صورة المرأة التي تعرض في المضمون الإعلامي كما عنيت بدراسة قضاياها مقابل ندرة الدراسات التي اهتمت بالجمهور النسائي وعلاقته بالإعلام ، وقد تمكنت جهود الباحثين من وضع عدد من الملامح البارزة لهذه الصور منها التركيز على المرأة الصغيرة والجميلة ، المترددة ، الخاضعة ، التابعة ، إظهارها فقط في إطار علاقتها بزوجها وأبنائها ورؤسائها .

أما في فترة التسعينيات فقد كشفت دراسات المضمون وتحليل الصور النمطية نتائج مغايرة إلى حد ما، فرغم التحسن النسبي في المضامين المقدمة عن المرأة إلا أنها مازالت أقل من المستوى المطلوب ، بل ومازال يغلب عليها الطابع التقليدي خاصة في قائمة الموضوعات المدروسة والتي تدور في معظمها حول علاقة وسائل الإعلام بتنمية المرأة أو تحليل مضامين المواد الإعلامية أو دراسة صورتها في وسيلة إعلامية بذاتها .. وتؤكد هذه الدراسة على أنه بصفة عامة مازال هناك قصورًا كميًا ونوعيًا في دراسات الجمهور النسائي متلقي المادة الإعلامية ، كما أن هناك إهمالًا واضحًا بين الباحثين المصريين في دراسات هذا الجمهور والعلاقة المتبادلة بينه وبين الوسيلة لمعرفة (من يصنع أجندة من).

- دراسة د. **نضال الموسوي** (١٩٩٨)[٨] والتي أوضحت فيها أن النصف الثاني من القرن العشرين شهد اهتمامًا ملحوظًا بقضايا المرأة ، كما شهد في الوقت نفسه تطورات متلاحقة في ثقافة الاتصال والمعلومات انعكس على أساليب الممارسة الإعلامية وما يعنيه ذلك من ازدياد المعرفة والوعي بأدوار المرأة ومساهمتها الفعلية والمحتملة في المجتمع الإنساني فكان من الطبيعي أن تصبح طاقات الاتصال وموارده من الآليات المؤثرة في هذه القضايا .

وحول الصورة التي تعرض بها المرأة في وسائل الإعلام تؤكد هذه الدراسة

على أنه قد أجريت عدة دراسات حول هذا الموضوع في ٧٢دولة وقد تبين أن هذه الصورة قد تغيرت في الاتجاه الإيجابي في ٣٨ دولة فقط في مجال المهن التي تحظى بالاحترام وظهور قدر أكبر من المساواة بين الجنسين فضلا عن تزايد قوة العمل النسائية داخل مؤسسات الاتصال بوجه عام .. بينما ظلت صورة المرأة كما هي في ٣٤ دولة دون أن يلحق بها أدنى تغيير.

وتوضح الدراسة أن قضايا المرأة من المنظور الإعلامي حظيت باهتمام ظاهر من جانب الدراسات الاجتماعية والإعلامية التي طرح العديد منها أهمية السعي إلى تغيير الصورة النمطية للمرأة والتركيز على جوانب الصورة الإيجابية ، والتأكيد على دعم ثقة المرأة بقدراتها وإدراكها لذاتها وقيمتها في العمل التنموي العام ، وأن هناك قلة اهتمام بتنشئة الفتيات بصمة خاصة في مرحلة المراهقة لأن معظم ما يتم تناوله يتعلق بالحياة المستقبلية كأنثى وككيان فاعل إيجابي في المجتمع .. كما أوضحت كذلك ، أن معظم الدراسات السابقة اعتمدت على تحليل المضمون كأسلوب بحثي كما اعتمدت على عنصر واحد من العملية الاتصالية وهو الرسالة بينما لم تحظ دراسات الجمهور بنفس القدر من الاهتمام .. كما أفادت نتائجها في التعرف على أن هناك عدة جوانب مهمة يمكن أن تدفع وسائل الإعلام إلى آفاق مستقبلية فيما يتصل بقضايا المرأة منها أن تحاول هذه الوسائل تغيير الصورة النمطية والأفكار الخاطئة عن طبيعة المرأة مع التأكيد على إنتاجية المرآة والنماذج الفاعلة في الحياة الاجتماعية ... وتؤكد الدراسة على وجود خطة قومية للنهوض بالمرأة في مصر مما يعبر عن تطور إيجابي في توجه الإعلام نحو مزيد من الوعي بحقوق المرأة ودورها ووظيفتها فضلا الجمعيات والتنظيمات النسائية في دعم مواقف المرأة المعاصرة .

ثانيًا : أما الدراسات التي تناولت المرأة والدراما وأفادت منها الباحثة :

- **دراسة هبة السمري (١٩٩١)**[٩] تحاول فيها التعرف على صورة المرأة المصرية في الأعمال الدرامية للكاتبات المصريات في السينما والتليفزيون من خلال تحليل لعينة من الأفلام من ١٩٧٥ وحتى ١٩٨٨ ودراسة ميدانية على القائمات بالاتصال وأظهرت النتائج فشل وسائل الإعلام المختلفة في أن تعكس التطورات الأخيرة في أوضاع المرأة المصرية وأدوارها في المجتمع ، كما جاءت صورة المرأة نمطية وسلبية وغير واقعية ، كما فشلت السينما كذلك في أن تعكس

وضع المرأة بطريقة موضوعية بناءة فهي تظهرها في أفلامها في حاجة إلى حماية تظهر على هامش الأحداث.

- **دراسة د. نادية رضوان (١٩٩٧)**[١٠] حول دور الدراما التليفزيونية في تشكيل وعى المرأة في مصر وتؤكد نتائجها أن التليفزيون يحتل مركز الصدارة بين وسائل الاتصال المختلفة وأن الدراما تأتى في مقدمة المواد التليفزيونية المفضلة لأنها تمد المشاهد بالمعلومات الجديدة ، وأن الدراما التليفزيونية تتساوى مع الأفلام السينمائية من حيث الاعتماد عليها كمصدر من مصادر المعلومات ، يتيسر عن طريقها تزويد المشاهدين بالمعلومات والمعارف والأفكار والقيم التي تساهم في رفع مستوى الوعي.

- **دراسة د. محمود يوسف (٢٠٠١)**[١١] وهي تهدف إلى التعرف على طبيعة الصورة التي تقدمها الأفلام السينمائية للمرأة المصرية وملامح هذه الصورة من الناحيتين الإيجابية والسلبية والتي تحاول هذه الأفلام ترسيخها لدى المشاهدين الذين يعتمدون عليها في التعامل مع المرأة وتحديد كيفية النظر إليها والتفاعل مع قضاياها ومشاكلها.. وذلك من خلال تحليل مضمون للأفلام التي عرضتها السينما خلال التسعينيات وقدمها التلفزيون المصري لمدة ثلاثة شهور (يناير/ مارس) ٢٠٠٠ على قناته الأولى.. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الصورة المقدمة للمرأة المصرية هي صورة سلبية في مجموعها تركز على أدوارها التقليدية وتتجاهل أدوارها الأخرى وأن الملامح السلبية التي عرضتها الأفلام تفوق الملامح الإيجابية ، وأن الإعلام بتقديمه للصورة السلبية للمرأة يكون في واد والواقع بما طرأ عليه من تغيير بالنسبة لوضع المرأة ودورها في واد آخر.

- **دراسة أميرة سمير (٢٠٠١)**[١٢]، وتستهدف التعرف على الدور الذي تلعبه مشاهدة المسلسلات العربية في إدراك "الشباب من ٢٠ - ٣٠ سنة" للمشكلات الاجتماعية وهي دراسة ميدانية على الشباب (ذكور/ إناث) وأكدت نتائجها على أن من يشاهد المسلسلات أكثر يدرك المشكلات الاجتماعية بالشكل نفسه الذي تعرضه المسلسلات ومن ثم يصبح تصوره عن أسباب المشكلة وملامحها وسمات من يعاني منها مماثلا لما يعرض.. كما أثبتت النتائج أن هذه المشاهدة في كثير من الأحيان لها دور واضح في إحداث تأثيرات الغرس وفي أحيان أخرى لها دور جزئي بجانب المشاهدة الكلية .

- دراسة د. جيهان يسري (٢٠٠١)[١٣] وتستهدف رصد الاتجاهات الحديثة في دراسات الصورة الذهنية لشعوب العالم الثالث ((بفئاتها المختلفة ومنها المرأة)) في الدراما المرئية بشقيها التليفزيوني والسينمائي، وتقديم مسحًا تحليليًا للواقع الحديث والمعاصر لهذه الدراسات .

وأكدت نتائج الدراسات التي تناولت الدراما التليفزيونية بأن هذه الدراما هي قوة ثقافية مؤثرة في المجتمع لا يستهان بها ولها دور مهم في بناء الصور الذهنية وترويجها ، بل وفى تصحيحها أيضًا وأن الدراما المحلية في دول الجنوب من بينها مصر عجزت عن أن تكون محلية فهي تقدم الواقع وشخوصه المختلفة ومنها المرأة بشكل سطحي تعجز عن النفوذ إلى الأعماق ، تبالغ في تقديم النماذج الايجابية وان كان بعضها يقدم بصورة باهتة وغير محببة أما النماذج السلبية فهي مشوهة تمامًا للواقع ، لا تقدم أية إضافات حقيقية مؤثرة لتطوير أوضاعها وتحقيق طموحاتها .

أما بالنسبة للدراسات التي تناولت الدراما السينمائية فأكدت جميعها على أن السينما هي نمط من أنماط الإبداع الثقافي بإمكانها أن تعكس النظم والأوضاع والمعتقدات السائدة لكونها وسيلة تعبير غير مباشرة تنقل ((فكر ما)) بصورة يقبل عليها المشاهد ويتأثر بها وتشكل الوعي على المستوى الفردي والجماعي لتأثيرها على عمليات الإدراك والشعور وتشكيل الفكر .. كما تتمثل قوة الفيلم السينمائي في المهارة التي يقدم بها الواقع وفي الدعاية له ، لذا فإن أهمية الفيلم في المساعدة أو إلحاق الضرر كبيرة ومؤثرة.

وتؤكد النتائج التي عكستها المراجعة العلمية للدراسات السابقة أن الاتجاه السائد في دراسات صورة شعوب الجنوب بفئاته المختلفة ومنها المرأة في الدراما هي ((التحليل)) والتعريف بشكل الصورة السائدة وما فيها من سمات وملامح تسيء لهذه الشعوب دون التطرق إلى ربطها بكيفية تكوينها وطريقة بنائها أو الأساس التي على أساسها تم بناء هذه الصورة .. وأن هذه الدراسات اعتمدت على الاتجاهات التقليدية في دراستها للصورة وهى الاتجاهات التي تركز على معرفة الدوافع فقط ودورها في بناء الصورة أو تشكيلها في حين تؤكد الاتجاهات الحديثة في دراسات الصورة التي بدأت في الانتشار مع بداية التسعينيات ضرورة دراسة الصورة بشكل آخر أكثر عمقا من خلال التركيز على

الدوافع ومستويات المعرفة من خلال قياس (الإدراك ، التفكير، التذكر) كبعدين أساسيين ومتكاملين يشاركان معا في بناء الصورة .. كما تؤكد أيضا على أن الصورة المقدمة عن المرأة المصرية ص صورة نمطية، سلبية غير واقعية تتجاهل أدوارها الأخرى وتظهرها على هامش الأحداث .

- **دراسة د. ناهد رمزي (٢٠٠١)**[١٤] حول المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وإستراتيجية تغيير واقع المرأة واهتمت برصد الجهود المبذولة لتحسين صورة المرأة من مؤتمر بكين ١٩٩٤ وحتى عام ٢٠٠٠ . . وفيها تؤكد أن وسائل الاتصال بإمكانها أن تلعب دورا جوهريا في مجال نهوض المرأة وتدعيم مفهوم المساواة بينها وبين الرجل وأن هناك بوادر للتحسن في اتجاه تحقيق المنظور النوعي سواء من خلال الرد على الاستبيان الذي أرسلته الأمم المتحدة بخصوص متابعة تنفيذ قرارات مؤتمر بكين حيث يتبين أن ٧٦دولة من بين ١٨٩ دولة اتخذت إجراءات تنفيذية في اتجاه تعزيز دور وسائل الإعلام . . أو من خلال إنشاء عدة شبكات نسائية إعلامية على الأصعدة المحلية والوطنية والدولية كوسيلة لنشر المعلومات وتبادل الآراء وتقديم الدعم للمجموعات النسائية العاملة في وسائل الإعلام ، في فنلندا، مثلا تكونت شبكة أطق عليها شبكة صورة المرأة تقوم بإتباع مواد للتدريب علي إعطاء صورة منصفة للمرأة لاستخدامها في الإنتاج التليفزيوني.

وأكدت الدراسة كذلك علي ضرورة وضع إستراتيجية إعلامية تهدف إلى تغيير الصورة السلبية السائدة عن المرأة في مختلف الوسائل مع الاعتماد على رصد التغيرات التي حدثت للمرأة في الفترة الأخيرة بما يبرز وضعها مع أهمية العمل علي تغيير المناخ الفكري والثقافي السائد عن المرأة ، مع ضرورة التنسيق فيما تقدمه مختلف وسائل الإعلام في هذا الصدد .

مما سبق . نلحظ أن هناك اتساقًا واضحًا في نتائج البحوث والدراسات التي تناولت صورة المرأة سواء المقدمة في الإعلام بصفة عامة أو في الدراما على أوجه التحديد، وإنها في معظمها دراسات تحليلية لمضمون المادة الإعلامية أو الدرامية بهدف التعرف علي الصورة التي عكستها هذه المواد عن المرأة بصفة عامة ، في حين لم تكن هناك دراسة تحليلية اهتمت بمعرفة صورة الفتاة المصرية علي وجه التحديد، كما لم تكن هناك دراسة ميدانية تتعرض لدراسة جمهور المرأة بصفة

عامة ، وبالذات الفتاة المصرية للتعرف علي رأيها في الصورة المقدمة عنها في الأعمال الدرامية التي يقدمها التليفزيون علي الرغم من أهمية هذه النوعية من الدراسات وهو ما سبق وأن أكدته عدة دراسات سابقة .. من هنا تبرز جدة هذا البحث وحالته وأهميته.

أهداف البحث :

١ - رصد آراء واتجاهات الفتاة الجامعية في الصورة التي تقدمها لها الدراما العربية في التليفزيون وللمرأة المصرية بصفة عاهة وتقييمها لمدى نجاح الدراما في تقديم صورة حقيقية لجمهور المرأة من حيث مراحلها العمرية المختلفة ، المهن أو الوظائف ، أكثر البيئات المصرية تناولا في الأعمال الدرامية ، درجة تعبيرها عن الواقع الفعلي للمرأة ، فضلا عن تحديد أبرز ملامحها سلبية كانت أم ايجابية ومدي نجاحها في التعبير عن واقعها .

٢ - التعرف علي ملامح الفتاة المصرية الجامعية - عينة الدراسة الميدانية - وعلي خصائصها باعتبارها شريحة مهمة من شرائح المجتمع المصري عامة والجمهور النسائي خاصة من حيث إلقاء الضوء علي طبيعة دراستها الجامعية ، والأنشطة التي تمارسها داخل أسوار الجامعة ، مستوى اهتماماتها السياسية كالعضوية في الأحزاب السياسية ، ووجود بطاقة انتخابية لديها .

٣ - الكشف عن مدي تعرض أفراد العينة من الطالبات للدراما بأشكالها المختلفة وأنماط هذا التعرض من حيت عدد الساعات يوميا وأفضل فترات المشاهدة والقنوات التي تحرص علي متابعة الدراما منها والموضوعات المفضل متابعتها ودوافع مشاهدة المادة لدرامية .

٤ - التعرف علي أهم الموضوعات والقضايا التي تهم المرأة في مصر حاليا من وجهة نظر الفتاة الجامعية والتي يجب أن تركز عليها الدراما العربية يقدمها التليفزيون .

٥ - كيفية تحسين صورة كل من الفتاة والمرأة في الدراما وأهم ملامح هذه الصورة المقترحة من وجهة نظر عينة الدراسة من الجمهور النسائي المتلقي لهذه المادة الدرامية ، وكذلك الجهات الواجب عليها تحمل مسؤولية هذا التصحيح.

أهمية البحث:

يكتسب هذا البحث أهمية خاصة لعدة أسباب منها:

أولا : دراسة قطاع مهم من الجمهور النسائي في مصر - ألا وهو الفتاة المصرية الجامعية للتعرف على رأيها ووجهة نظرها ومقترحاتها في الموضوعات التي تخصها ، خاصة وأنه بإمكانها التعبير بصدق ووضوح عن هذا الرأي مما يساعد على الخروج بنتائج مهمة.

ثانيا : دراسة تأثير الصورة السلبية للمرأة وللفتاة الجامعية في الدراما على الفتيات وعلى سلوكياتهن وقيمهن .

ثالثًا : وضع الخطط المستقبلية في الموضوعات التي تخص المرأة بمشاركة إحدى فئات جمهور المرأة ذاتها ألا وهى الفتاة (الجامعية تحديدًا). انطلاقًا من أن للجمهور دورًا مهمًا في صنع أجندة وسائل الإعلام وبما يساعد على تعزيز وضع المرأة والفتاة وتصحيح الصورة المقدمة عنها .

رابعًا : تزويد الجهات المختصة بشؤون المرأة في مصر، والإعلاميين والمسؤولين عن الدراما في التليفزيون بأهم الموضوعات والقضايا التي تهم المرأة والتي يجب التركيز عليها ، وكذلك بأهم ملامح الصورة الواجب تقديمها للفتاة المصرية والتي رسمتها عينة الدراسة من الفتيات الجامعيات عن أنفسهن.

تساؤلات البحث:

تم وضع مجموعة من التساؤلات تدور حول عدة نقاط أساسية تساعد في التعرف **أولا** على خصائص عينة الدراسة الميدانية ، **ثانيا** عن مدى تعرضها للدراما ومتابعتها لها وكثافة هذا التعرض وأهم القنوات التي تتابع منها هذه الأعمال الدرامية ودوافع هذا التعرض ، **ثالثا** معرفة الآراء والاتجاهات نحو ما تعكسه الدراما من صور تعبر عن الواقع الفعلي للمرأة المصرية والقضايا والموضوعات التي تهم المرأة ويجب التركيز عليها في الدراما، **رابعًا** فضلا عن وضع تساؤلات خاصة بالرأي في الصورة المقدمة عن كل من المرآة المصرية والفتاة الجامعية في الدراما وأبرز ملامح هذه الصورة الايجابية أو السلبية ، ومدى رضاهن عنها ثم اقتراحاتهن بكيفية تصحيحها وتحديد الجهات المسؤولة - من وجهة نظرهن عن هذا التصحيح.

الإطار المنهجي للبحث:

نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البعوث الوصفية التي تعنى بدراسة الفتاة الجامعية للحصول على معلومات دقيقة وكافية عنها، تمكن الباحثة من تصنيف وتحليل الآراء والاتجاهات تجاه الصورة التي تقدمها الدراما المرئية العربية في التليفزيون عنها وعن المرأة في مصر.

وتستخدم الباحثة منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال المسح الميداني على عينة من الطالبات في جامعات مصرية مختلفة، حيث أنه من الصعب إجراء مسح شامل لمجتمع البحث بأكمله.

مجتمع الدراسة:

يشتمل مجتمع البحث علي جميع طالبات الجامعة التي تدرسن خلال العام الجامعي (٢٠٠٢ / ٢٠٠٣) في جميع الجامعات المصرية (حكومية / خاصة) المنتشرة في أنحاء جمهورية مصر العربية.

أولا: عينة الجمهور:

اعتمدت الدراسة علي اختيار عينة من الطالبات الجامعيات حيث أن قطاع طالبات الجامعة يمثل شريحة مهمة بين الشباب المصري، كما أنها في هذه المرحلة تكون في مرحلة تكوين الشخصية وتحديد الاتجاهات والانتماءات السياسية بالإضافة إلي أنها تسعي لتحديد موقعها من الواقع المحيط بها مما يجعلها عرضه للتأثر بالتيارات المختلفة والمؤثرات المتنوعة ومن بينها وسائل الإعلام[١٥].

وأجريت الدراسة علي عينة عشوائية قوامها (٤٠٠ مفردة) من طالبات كليات مختلفة (نظرية وعملية) في خمس جامعات مصرية. وقد روعي في العينة أن تكون ممثلة لخصائص المجتمع الأصلي الذي سحبت منه من حيث تمثيل متغيرات التخصص العلمي (أي نوع الدراسة نظرية / عملية)، والفرقة الدراسية أيضًا.

ثانيًا : عينة الجامعات:

تم اختيار خمس جامعات مصرية من أقاليم جغرافية مختلفة بواقع ٨٠ مفردة من كليات كل جامعة وهي جامعة القاهرة أقدم الجامعات المصرية ، جامعة حكومية ممثلة للجامعات بالعاصمة ، جامعة قناة السويس كجامعة إقليمية تضم محافظات حدود مثل شمال سيناء حيث توجد بها كليات بالعريش ، جامعة المنصورة كجامعة إقليمية ممثلة لمحافظات الدلتا والوجه البحري ، جامعة المنيا كجامعة إقليمية ممثلة لمحافظات الصعيد والوجه القبلي ثم جامعة ٦ أكتوبر كمثال لجامعة خاصة .

وقد قامت الباحثة بتوزيع (٤٠) استمارة علي المبحوثات في الجامعات الخمس - عينة الدراسة - وبعد مراجعتها مكتبيا تم استبعاد ١٦ استمارة منها لم تحقق درجة المصداقية المطلوبة وبذلك تصبح عينة الدراسة الميدانية ٣٨٤ مفردة أما عن خصائص - عينة الدراسة - جدول رقم (١) - حسبما أسفر عنها العمل الميداني فقد جاءت علي النحو التالي :

من حيث السن:

تراوحت أعمار الطالبات الجامعيات - عينة الدراسة الميدانية - ما بين ١٧ سنة لأقل من ٢٥ سنة وجاءت الفتيات الأقل من ٢٠ سنة في المقدمة بنسبة (٥٩.٩٪) بواقع (٢٣٠ مفردة) وذلك مقابل نسبة (٤٠.١٪) منهن تراوحت أعمارهن من ٢٠ سنة فأكثر بواقع (١٥٤ مفردة).

من حيث طبيعة الدراسة :

شكلت الطالبات اللاتي تدرسن في كليات نظرية نسبة ٥١.٦٪ من إجمالي عينة الدراسة ، مقابل نسبة ٤٨.٤٪ تدرسن في كليات عملية . وقد تنوعت هذه الكليات ما بين الهندسة ، طب الأسنان ، الصيدلة ، الإعلام ، التربية ، رياض الأطفال، التخطيط الإقليمي والعمراني ، الآداب ، التربية النوعية وذلك في الجامعات الخمس عينة الدراسة .

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة الميدانية من طالبات الجامعات المصرية

الخصائص	الجامعات	القاهرة	أكتوبر	المنصورة	قناة السويس	المنيا	الإجمالي	
							ك	٪
السن	أقل من ٢٠ سنة	٤٤	٤٦	٣٩	٤٥	٥٦	٢٣٠	٥٩,٩٪
	٢٠ سنة فاكثر	٣٦	٣٤	٤٠	٢٧	١٧	١٥٤	٤٠,١٪
طبيعة الدراسة	نظرية	٣٧	٤٣	٤٠	٤٥	٣٣	١٩٨	٥١,٦٪
	عملية	٤٣	٣٧	٣٩	٢٧	٤٠	١٨٦	٤٨,٤٪
النشاط الجماعي	يشارك	١٩	١٤	٣	٨	٤٠	٨٤	٢١,٩٪
	لا يشارك	٦١	٦٦	٧٦	٦٤	٣٣	٣٠٠	٧٨,١٪
اتحاد الطلاب	نعم	٨	٣	١	٣	١٣	٢٨	٧,٢٪
	لا	٧٢	٧٧	٧٨	٦٩	٦٠	٣٥٦	٩٢,٧٪
الانتماء الحزبي	تنتمي لحزب	٦	٤	٢	٣	٢١	٣٦	٩,٤٪
	لا ينتمي لحزب	٧٤	٧٦	٧٧	٦٩	٥٢	٣٤٨	٩٠,٦٪
بطاقة انتخابية	نعم	٢	٥	١٢	٤	٢٩	٥٢	١٣,٥٪
	لا	٧٨	٧٥	٦٧	٦٨	٤٤	٣٣٢	٨٦,٥٪
الإجمالي		٨٠	٨٠	٧٩	٧٢	٧٣		
٪		٢٠,٨٪	٢٠,٨٪	٢٠,٦٪	١٨,٨٪	١٩٪	٣٨٤	١٠٠٪

من حيث المشاركة في النشاط الجامعي :

توضح النتائج أن (٢١.٩٪) فقط من الطالبات عينة الدراسة الميدانية تحرص على المشاركة في الأنشطة العديدة التي توفرها الجامعات المختلفة لطلابها، ومن اللافت للانتباه ، أن نسبة (٥٠٪) تقريبًا من هؤلاء الطالبات المشاركات في النشاط الجامعي يدرسن بجامعة المنيا (٤٠ مفردة) يليها وبفارق كبير طالبات جامعة القاهرة (١٩ مفردة)، ثم جامعة ٦ أكتوبر (١٤ مفردة) وجامعة قناة السويس (٨مفردات) وجامعة المنصورة (٣مفردات).

وقد تنوع هذا النشاط الجامعي ما بين النشاط الرياضي، الفني، نشاط الأسر، الاجتماعي، الديني، إنترنت ، المشاركة في ندوات ومؤتمرات ، نشاط جمعيات علمية مثل أصدقاء الشاشة والميكرفون ، جمعية البيئة ونموذج جامعة الدول العربية واتحاد الطلاب .

كما توضح لنا النتائج أيضًا، أن (٧٨.١٪) من عينة الدراسة لا تشارك في النشاط الجامعي مما يعني أن مشاركة الطالبات في الأنشطة داخل الحرم الجامعي مازالت ضعيفة للغاية مما سينعكس بدوره على مشاركتها في الأنشطة العامة خارج الجامعة ، وهى على أية حال نتيجة سلبية ولكنها مؤشر مهم على ضرورة تضافر العديد من الجهود للعمل على توعية الفتيات الجامعيات وحثهن على ضرورة ممارسة الأنشطة داخل الجامعة باعتبارها الخطوة الأولى التمهيدية لمشاركتهن العامة في خدمة مجتمعهن بعد ذلك.

من حيث المشاركة في اتحاد الطلبة :

تؤكد النتائج أن (٩٢.٧٪) من الطالبات - عينة الدراسة - لا تشارك في اتحاد الطلبة داخل كلياتهن وذلك مقابل نسبة ضئيلة منها (٧.٣٪) فقط هي التي تحرص على المشاركة في اتحاد الطلاب . وكانت أكثر الفتيات حرصًا على المشاركة من جامعة المنيا أيضًا وذلك بنسبة (٤٧٪) من إجمالي المشاركات في اتحاد الطلاب ، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على مدى حرص الفتاة في الصعيد على ممارسة الأنشطة وممارسة حقوقها داخل الجامعة أكثر من تلك التي تعيش في العاصمة .

من حيث الانتماء الحزبي:

تأكيدًا للنتيجة السابقة ، نلحظ أن (٩٠.٦٪) من الطالبات في الجامعات - عينة الدراسة - غير منتميات لأحزاب وأن نسبة (٩.٤٪) منهن ينتمين لأحزاب بواقع (٣٦ مفردة)،بل وأن (٥٨.٨٪) منهن تنتمين لحزب سياسي كن من طالبات جامعة المنيا (٢١ مفردة). وهذه الأحزاب هي على الترتيب : الحزب الوطني (٢١ مفردة)، الحزب الناصري الاشتراكي العربي (٦ مفردات)، حزب الوفد (٥ مفردات)، حزب الأحرار (مفردتان)، جمعية الدفاع العربي (مفردة واحدة) وكذلك حزب العمل (مفردة واحدة).

من حيث وجود بطاقة انتخابية:

لا توجد بطاقة انتخابية لدى (٨٦.٥٪) من عينة الدراسة وذلك مقابل (١٣.٥٪) من الطالبات لديهن بطاقة انتخابية في مقدمتها طالبات جامعة المنيا (٢٩طالبة) ثم جامعة المنصورة (١٢ طالبة)، جامعة ٦أكتوبر (٥ طالبات)، جامعة قناة السويس (٤ طالبات) أما جامعة القاهرة (طالبتان) فقط!!

من كل ما سبق ، يتبين لنا أنه ليست هناك علاقة بين طبيعة المجتمع الصعيدي وما عرف عنه من تشدد وبين ممارسة الفتاة لحقوقها المشروعة..بمعنى آخر، أن طبيعة المجتمع الذي تعيش فيه الفتاة ، مهما اتسم به من تشدد والتزام لا يحول بينها وبين ممارسة حقوقها ، ومن ثم فهو - هنا - متغير غير مؤثر فى مشاركة الفتاة في الأنشطة الجامعية بل أن ضعف المشاركة يرجع أساسًا إلى التنشئة والتربية التي تتلقاها سواء داخل الأسرة أو داخل المؤسسات التعليمية ذاتها ولا تحثها على المشاركة ولا تدعم فيها ضرورة التمسك بممارسة حقوقها وعدم التفريط فيها .

من حيث التوزيع الجغرافي للعينة على المحافظات:

توضح النتائج – جدول رقم (٢) أن الطالبات الجامعيات عينة الدراسة تنتمين إلى ١٩ محافظة مصرية موزعة على النحو التالي:

جدول رقم (٢)

يوضح التوزيع الجغرافي لعينة الدراسة على المحافظات

التوزيع الجغرافي على المحافظات في مصر			ك	٪
أقليم القاهرة الكبرى	القاهرة	٨٥		
	الجيزة	٢	١٣٨	٪٣٦
	القليوبية	٢		
محافظة الوجه البحري	الاسكندرية	٦		
	الدقهلية	١	١٠٠	
	المنوفية	٢		
	الغربية	٥		
	البحيرة	٢		٪٢٦
	دمياط	٨١		
	كفر الشيخ	٢		
	الشرقية	١		
محافظة الوجه القبلي	أسيوط	٧	٧٦	
	سوهاج	٧		
	قنا	٢		٪١٩,٨٠
	أسوان	٤		
	بني سويف	٢		
	المنيا	٥٤		
محافظات حدود	شمال سيناء	٦٥	٧٠	٪١٨,٢٠
	جنوب سيناء	٤		
الإجمالي		٣٨٤		٪١٠٠

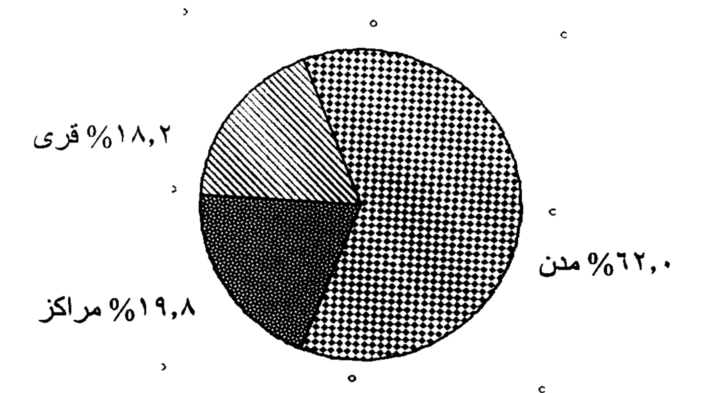
- تنتمي نسبة ٣٦٪ من الطالبات لإقليم القاهرة الكبرى بمحافظاته الثلاث (القاهرة ، الجيزة ، القليوبية).

- ٢٦٪ منها من محافظات الوجه البحري وتحديدًا محافظات (الاسكندرية ، البحيرة ، كفر الشيخ ، دمياط ، الدقهلية ، الشرقية ، الغربية ، المنوفية).

- ١٩.٨٪ من محافظات الوجه القبلي في صعيد مصر وهي محافظات (بني سويف ، المنيا ، أسيوط ، سوهاج ، قنا ، أسوان).

- ٢٨.٢٪ من محافظتي شمال سيناء وجنوب سيناء.

- وتقيم نسبة ٦٢٪ من إجمالي الطالبات الجامعيات – عينة الدراسة – في مدن المحافظات، و١٩.٨٪ في المراكز و ١٨.٢٪ في القرى – شكل رقم (٢)



شكل رقم (٢) مكان إقامة عينة الدراسة

وكما لاحظنا . فإن هذه العينة بخصائصها المختلفة والتنوع الواضح في المتغيرات الديموجرافية من حيث السن ، وطبيعة الدراسة والجامعة والاشتراك في أنشطة وفى اتحاد الطلبة فضلا عن مستوى الاهتمام السياسي من الانتماء لحزب ووجود بطاقة انتخابية والتوزيع الجغرافي للمبحوثات على ١٩ محافظة مصرية وتنوع مكان إقامتهن ما بين مدن ومراكز وقرى، فهي عينة تكاد تتماثل مع الصورة الواقعية لخصائص الفتاة الجامعية المصرية ،

وهو ما يتلائم مع أهداف البحث ويساعد على الخروج بنتائج ذات قيمة في هذه الدراسة .

أدوات جمع البيانات:

تم تصميم استمارة استقصاء ميدانية لجمع البيانات تعكس الأبعاد والمتغيرات المختلفة للدراسة ، فضلا عن تساؤلاتها، واستلزم الأمر وضع عدد من الأسئلة المفتوحة النهايات بغرض الحصول على أكبر قدر من الآراء التي تساعد في إلقاء الضوء على رؤية المبحوثات لكافة الجوانب المرتبطة بموضوع الدراسة .. وبعد عرض الاستمارة على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام تم التطبيق بعد إجراء اختباري الصدق والثبات وفقاً للقواعد العلمية المعمول بها في هذا الشأن .

نتائج الدراسة الميدانية:

يتسم مفهوم ((المرأة المصرية)) بالعمومية عند استخدامه ، إذ يقصد به كل شريحة من شرائح المرأة وكل فئة من فئاتها العمرية المختلفة (الفتاة ، المرأة الناضجة ، وحتى المرأة المسنة)، لذا كان من الطبيعي قبل أن نستعرض ملامح الصورة المقدمة للفتاة المصرية الجامعية في الدراما – موضوع الدراسة – بكل ما فيها من إيجابيات وسلبيات ، التعرف أولًا على الرأي في كل ما يقدم عن واقع المرأة المصرية وعن صورتها في الأعمال الدرامية.

إذ إن الصورة الكلية للمرأة المصرية والتي نستخلصها من نتائج هذه الدراسة الميدانية ستساعدنا كثيرًا في التحديد الدقيق للإطار العام للصورة الجزئية الخاصة بالفتاة المصرية الجامعية – عينة الدراسة – والتي بالطبع لا تنشأ من فراغ بل تؤكد وتعكس هذا الإطار الذي تنبثق منه .

لذا سيتم تقديم نتائج هذه الدراسة الميدانية على عدد من المحاور بما يساعد على تناول وعرض ومناقشة الموضوع من كافة جوانبه ، وذلك على النحو التالي:

١ – تعرض طالبات الجامعة – عينة الدراسة – للدراما (من حيث معدل التعرض ، كثافة التعرض ، أوقات المشاهدة ، الموضوعات والقنوات المفضلة ، والدوافع من وراء هذا التعرض).

٢- الدراما والمرأة المصرية (بكل شرائحها وفئاتها ومن بينها بالطبع الفتاة المصرية - عينة الدراسة) من حيث تعبير هذه الدراما عن واقع المرأة في مصر، البيئات التي تركز عليها، طبيعة الأدوار النسائية في الأعمال الدرامية ، مع اقتراح أجندة للموضوعات المهمة للمرأة في مصر والواجب التركيز عليها اعلاميًا ودر ودراميًا.

٣ - صورة المرأة المصرية والفتاة الجامعية في الدراما ، وذلك بتوصيف الصورة الكلية للمرأة أولا سواء من حيث المرحلة العمرية أو من حيث الشخصيات والمهن ، مع تقديم الملامح الايجابية والسلبية لهذه الصورة .. ثم ثانيًا صورة الفتاة الجامعية ، الرأي فيها وأسباب عدم الموافقة عليها مع تحديد دور الدراما في ذلك .

٤-ثم مقترحات - عينة الدراسة - لكيفية تصحيح وتحسين الصور السلبية سواء عند تناول شخصية الفتاة الجامعية أو المرأة المصرية ، ولزيادة تفعيل دور الدراما المصرية في خدمة مجتمعها. فضلا عن تحديد الجهات المعنية والمسؤولة عن هذا التصحيح.

أولا : تعرض طالبات الجامعة للدراما :

التعرض للدراما

جدول رقم (٣)

تعرض عينة الدراسة من الطالبات للدراما العربية التي يقدمها التليفزيون

الجامعات / التعرض للدراما	القاهرة	أكتوبر	المنصورة	قناة السويس	المنيا	الإجمالي	
						ك	٪
دائمًا	٢٧	٣٢	٢٦	٢٦	٣١	١٤٢	٪٣٧
أحيانا	٥٣	٤٨	٥٣	٤٤	٤١	٢٣٩	٪٦٢,٢
لا	-	-	-	٢	١	٣	٪٠,٨
الإجمالي	٨٠	٨٠	٧٩	٧٢	٧٣	٣٨٤	٪١٠٠

تتعرض (٩٢.٢٪) من إجمالي عينة الدراسة للدراما العربية التي يقدمها التليفزيون – جدول رقم (٣) – وذلك مقابل ٠.٨٪ من العينة ذكرت أنها لا تشاهد الدراما بواقع ٣ طالبات فقط ، منهما طالبتان من كلية التربية بالعريش (جامعة قناة السويس) ، وطالبة من كلية الآداب (جامعة المنيا) علمًا بأنها تشارك في جميع الأنشطة الجامعية ولديها اهتمامات سياسية (منتمية لحزب ولديها بطاقة انتخابية). وقد ذكرت الطالبات الثلاث أنها لا تجد الوقت الكافي لمشاهدة الدراما.

كما توضح لنا النتائج إلى أن التعرض ((أحيانًا)) للدراما أي بشكل غير منتظم كان هو السمة الغالبة بين عينة الدراسة حيث بلغت نسبته (٦٢.٢٪) من إجمالي التعرض ، في حين أن التعرض بشكل ((دائم)) شغل نسبة ٣٧٪ . وهذه النتيجة ترجعها الباحثة إلى انشغال الطالبات بدراستهن أثناء تطبيق الدراسة الميدانية والتي تحول دون متابعتهن للدراما بانتظام.

جدول رقم (٤)

عدد ساعات التعرض للدراما يوميا

عدد ساعات التعرض في اليوم	ك	٪
منخفض (أقل من ساعتين)	٣٧	٩,٧٪
متوسط (من ساعتين لأقل من ٤ ساعات)	٥٢	١٣,٧٪
مرتفع (٤ ساعات فأكثر)	٣٩	١٠,٢٪
حسب الظروف (غير محدد الساعات)	٢٥٣	٦٦,٤٪
الإجمالي	٣٨١	١٠٠٪

ومن حيث كثافة التعرض – أي: عدد الساعات التي تتعرض فيها المبحوثات يوميًا للدراما – أكدت النتائج أن السمة الغالبة على تعرض الطالبات بأنه (غير محدد الساعات) أي ((حسب الظروف)) حيث يأتي في المقدمة بالنسبة لـ(٦٦.٤٪) من العينة – جدول رقم (٤) – وفي ذلك لتأكيد للنتيجة السابقة ، بأن مشاهدتهن للدراما تغلب عليها صفة عدم الانتظام.. في حين جاء التعرض المتوسط (من ساعتين لأقل من ٤ ساعات) في الترتيب الثاني وبفارق كبير بنسبة (١٣.٧٪) يليه التعرض المرتفع (٤ ساعات فأكثر) بنسبة (١٠.٢٪) ثم في الترتيب الأخير التعرض المنخفض (أقل من ساعتين) بنسبة (٩.٧٪).

أفضل أوقات المشاهدة

جدول رقم (٥)
أفضل أوقات المشاهدة

فترة المشاهدة	ك	٪
صباحية (٦ص – ١٠ص)	١٢	٪٣,١
ضحى وظهيرة (١٠ ص – ٥م)	٢٠	٪٥,٣
المسائية (٥م – ١٠م)	٢٥٠	٪٦٥,٦
السهرة (بعد العاشرة)	٩٦	٪٢٥,٢
أخرى (غير محددة)	٣	٪٠,٨
الإجمالي	٣٨١	٪١٠٠,٠

وعن أفضل أوقات مشاهدة الدراما العربية بالنسبة لعينة الدراسة من الطالبات ، أكدت نسبة ٦٥.٦٪ أنهن يفضلن مشاهدة الدراما التي يقدمها التليفزيون في الفترة المسائية ما بين الخامسة وحتى العاشرة مساء – جدول رقم (٥) – لأن ذلك يتلاءم مع طبيعة ظروفهن الدراسية من ناحية.

ومن ناحية أخرى ؛ لأن التليفزيون يقدم العديد من المسلسلات العربية التي يحرصن على متابعتهن بشدة في هذه الفترة ، خاصة وأن معظمها جديد ويقدم لأول مرة.

في حين جاءت فترة السهرة ((من بعد العاشرة مساءً)) في الترتيب الثاني من حيث أفضليات المشاهدة بالنسبة لـ (٢٥.٢٪) من المبحوثات وذلك لطبيعة الأعمال الدرامية المميزة التي يقدمها التليفزيون دائمًا في سهراته الممتدة – حتى الفجر – وبالذات من أفلام ومسرحيات.

كما يوضح لنا – الجدول رقم (٥) – ضعف فترات مشاهدة عينة الدراسة للدراما سواء في الفترة الصباحية (من الساعة السادسة حتى العاشرة) لنسبة (٣.١٪) أو في فترة الضحى والظهيرة (من ١٠ صباحًا وحتى ٥ مساءً) لنسبة (٥.٣٪) .. وهي نتيجة منطقية نظرًا لظروف طالبات الجامعة من الانتظام في الدراسة صباحًا وانشغالهن عن متابعة التليفزيون خلال هذه الفترات.

الأشكال الدرامية التي تشاهدها عينة الدراسة:

جدول رقم (٦)

الأشكال الدرامية التي تشاهدها عينة الدراسة

فترة المشاهدة	ك	٪
المسلسلات	٣٦٥	٪٢١,٨
التمثيليات	٣١٦	٪١٨,٩
الأفلام	٣٥٦	٪٢١,٢
المسرحيات	٣٢٩	٪٢٩,٦
البرامج الدرامية	٣١٠	٪١٨,٥
الإجمالي	١٦٧٦	٪١٠٠

تحرص عينة الدراسة من الطالبات على مشاهدة جميع الأعمال الدرامية العربية التي يقدمها التليفزيون .. اذ تقاربت النسب بشكل واضح وكانت على الترتيب : المسلسلات (٢١.٨٪)، الأفلام (٢١.٣٪)، المسرحيات (١٩.٦٪)، التمثيليات (١٨.٩٪) ثم البرامج الدرامية (١٨.٥٪) – جدول رقم (٦) ... وقد أثبتت دراسة سابقة(١٦) أن مشاهدة الشباب للدراما وبالذات للمسلسلات له في كثير من الأحيان تأثير واضح في إحداث تأثيرات الغرس ، فمن يشاهد المسلسلات أكثر يدرك المشكلات الاجتماعية بالشكل نفسه الذي تعرضه المسلسلات ومن ثم يصبح تصوره عن أسباب المشكلة وملامحها وسمات من يعانى منها مماثلًا لما يعرض.

وهى نتيجة تؤكد لنا مدى ما تمثله الدراما من أهمية للطالبات الجامعيات – عينة الدراسة – ومن ثم أهمية دراسة تأثيراتها المختلفة ، للعمل على حسن استغلالها وتوظيفها في خدمة قضايا المرأة بل وقضايا المجتمع ككل .. مما يعنى الحرص على انتقاء الموضوعات والأفكار والآراء التي نريد توصيلها للجمهور المستهدف من النساء والتركيز على تقديمها لهم في شكل درامي ملائم ضمانًا لوصولها الفعلي للجمهور المستهدف المتابع لها، فضلًا عن التوظيف الجيد والفعال لهذا الشكل بما يخدم الأهداف المرجوة والموضوعة ، وتوضيح وشرح ما ينبغي القيام به وبالذات في كل ما يتعلق بتغيير السلوكيات .. من هنا تصبح

الدراما لها دور مهم وأساسي إذ تقوم بطرح الأفكار والآراء وحث الجمهور على القيام بالأدوار المطلوبة منه ، وبذلك سنضمن وصول الرسالة الإعلامية كما نريدها إلى جمهور المرأة بشكل واضح لا لبس فيه متغلبين على عاتق الأمية والذي يحول دون وصول الكثير من الرسائل الإعلامية المقدمة من خلال أشكال براجية أخرى.

القنوات المفضلة لمشاهدة الدراما :

جدول رقم (٧)

القنوات التليفزيونية المفضلة

القنوات	ك	٪
ق١	٢١٣	٪٣٠
ق٢	١٥٤	٪٢١,٢
الإقليمية	٥٨	٪٨
TV NILE	٦٢	٪٨,٦
النيل للدراما	٨٣	٪١١,٤
الفضائيات المصرية	٦٧	٪٩,٢
فضائيات مصرية خاصة	٣٠	٪٤,١
فضائيات عربية	٥٤	٪٧,٤
قناة إسرائيل	١	٪٠,١
الإجمالي	٧٢٥	٪١٠٠

تفضل الطالبات - عينة الدراسة - مشاهدة الأعمال الدرامية من العديد من القنوات التليفزيونية الأرضية والفضائية على حد سواء وهذه القنوات كما يوضحها لنا - الجدول رقم (٧) - هي :

بالنسبة للقنوات التليفزيونية الأرضية :

جاءت القناة الأولى في مقدمة القنوات التي تتابع منها المبحوثات الأعمال الدرامية حيث احتلت الترتيب الأول بنسبة ٣٠٪، تليها القناة الثانية بنسبة ٢١.٢٪ .. وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى أنهما من القنوات العامة التي تسهل

مشاهدتها في جميع أنحاء مصر ومن ثم فهي متاحة بسهولة للمبحوثات- عينة الدراسة.

وذلك على عكس القنوات الإقليمية والتي احتلت الترتيب السادس من حيث أفضلة مشاهدة الدراما منها إذ جاءت نسبتها ٨٪ من إجمالي المشاهدة الكلية وقد يرجع ضعف نسبة مشاهدتها ؛ لأنها عادة ما تقدم موادًّا درامية معادة، كما أنه يتوقف مشاهدتها على جماهير أقاليم جغرافية بذاتها وهي التي تستهدف كل قناة من القنوات الإقليمية الستة

أما بالنسبة للقنوات الفضائية :

- فقد ارتفعت نسبة مشاهدتها لدى عينة الدراسة وهو ما يعني انتشار الأطباق الهوائية وبدء ارتباط المشاهدين في مصر بهذه القنوات الفضائية سواء المصرية أو غير المصرية .. كما يعني أيضا زيادة انتشار الدراما العربية المصرية ، بل والحرص على بثها من قنوات فضائية أخرى سواء كانت عربية الهوية أو غير عربية ولكنها موجهة أساسا للجمهور العربي.

وهذا مؤشر لكي يبدأ المسؤولون عن الدراما في التليفزيون المصري في إعادة النظر في الإنتاج الدرامي وفي موضوعاته وفي الشخصيات التي يركز عليها وحتى الصور التي يقدمها وبالذات السلبي منها والتي سيزداد انتشارها عن المجتمع المصري بفئاته المختلفة.

- تأتي قناة النيل للدراما وهي القناة المتخصصة في مقدمة هذه القنوات الفضائية ، وإن كانت قد احتلت الترتيب الثالث بنسبة (١١.٤٪) من إجمالي مشاهدة القنوات التليفزيونية بصفة عامة (أرضية أو فضائية) ، تليها في الترتيب الرابع الفضائية المصرية الأولى والثانية بنسبة (٩.٢٪) ، وقناة النيل الدولية Nile TV بنسبة (٨.٦٪) ثم القنوات الفضائية العربية بنسبة ٧.٤٪ وبالذات القنوات التي تحرص على تقديم المواد الدرامية من المسلسلات والأفلام والمسرحيات المصرية وهي Art للأفلام ، أبو ظبيMBC ، المستقبل ، LBC ، البحرين ، سوريا ، الكويت ، دبي.. في حين جاءت القنوات المصرية الخاصة قناة Dream وقناة المحور في الترتيب الثامن حيث تشاهدها (٤.١٪) من عينة الدراسة .

- ومما أثار الانتباه ، أن ذكرت إحدى المبحوثات من كلية التربية بالعريش (جامعة قناة السويس) أنها تفضل مشاهدة الدراما العربية من قناة إسرائيل (الأولى والثانية)، علما بأنها قنوات أرضية ولكنه من السهل التقاط إرسالها في سيناء ، بل وقد يغطى على الإرسال التليفزيوني المصري على سبيل المثال ، منطقة الحسنة بشمال سيناء، يستقبل سكانها الفضائية المصرية بدون أطباق هوائية في حين لا يصل إليهم إرسال القنوات الأولى وكأنهم خارج الوطن . وهو ما يجعلنا ندعو إلى مزيد من الاهتمام إعلاميًا بهذه البقعة الغالية من بلادنا، وهو ما سبق وأن اشرنا إليه في بحث سابق (*)، خاصة مع بداية بث إسرائيل لقناتها الفضائية الموجهة باللغة العربية والتي تعتمد اعتمادا كليًا على المواد الدرامية المصرية من مسلسلات وأفلام في خريطتها البرامجية .

دوافع مشاهدة الدراما العربية :

تتعدد دوافع تعرض الفتاة الجامعية - عينة الدراسة – لمشاهدة الدراما العربية التي يقدمها التليفزيون وتتنوع ما بين نفعية وطقوسية الجدول رقم (٨) .

دوافع نفعية تمثلت في دافع الحصول على المعلومة (٢٧.٢٪) حيث الرغبة في معرفة معلومات جديدة عن أحوال المرأة المصرية من خلال الدراما وما يحدث حولها، مناقشة عادات المجتمع ومعالجة مشاكله ، تقديم أفكار جديدة ومهمة للشباب.

(*) انظر في ذلك : د. جيهان يسري- دور إذاعة شمال سيناء في تنمية مجتمعها المحلي. مجلة البحوث الإعلامية- جامعة الأزهر ، العدد الثامن ، يناير ١٩٩٩م.

جدول رقم (٨)

دوافع مشاهدة طالبات الجامعة للدراما العربية التي يقدمها التلفزيون

الدوافع / درجة الموافقة		موافق ك	موافق ٪	الإجمالي ك	الإجمالي ٪
الحصول على المعلومة	الحصول منها على معلومات	١٥٤	٤,٥٪	٩٢٨	٢٧,٢٪
	معلومات جديدة عن أحوال المرأة المصرية	١٨٤	٥,٤٪		
	أعرف ما يحدث حولي في المجتمع	١٩٣	٥,٧٪		
	تناقش عادات المجتمع وتعالج مشاكله	٢١٢	٦,٢٪		
	تقدم أفكار جديدة ومهمة للشباب	١٨٥	٥,٤٪		
تعلم	أتعلم منها مهارات جديدة	١٨١	٥,٣	٨١٨	٢٤٪
	تجعلني متفاعلة مع الأحداث	١٦٠	٤,٧٪		
	تدعم أفكاري واتجاهاتي ومعتقداتي	١٣٧	٤٪		
	تطالعني على ثقافات جديدة	١٧٦	٥,٣٪		
	تقدم واقع الفتاة المصرية الحديث بشكل جيد	١٦٤	٤,٨٪		
تعزيز القيم	تعبر عن وأجد نفسي معها	١٥٠	٤,٤٪	٩١٩	٢٧٪
	تعلم الشباب الانتماء وحب الوطن	١٩١	٥,٦٪		
	تقدم التراث المصري ومشاكل الأجيال	٢٢١	٦,٥٪		
	تقدم الشخصيات القدوة	١٨٣	٥,٤٪		
	بها مواعظ صالحة لكل زمان ومكان	١٧٤	٥,١٪		
التسلية وقضاء وقت الفراغ والاسترخاء	بأستفيد من قضاء وقت فراغي	١٦٥	٤,٩٪	٧٤٠	٢١,٨٪
	تخلصني من الشعور بالملل	١٦٥	٤,٩٪		
	تخفف من إحساسي بالتوتر	١٤١	٤,١٪		
	أنسى همومي ومشاكلي	١١٧	٣,٤٪		
	تقدم قصص مليئة بالرومانسية	١٥٢	٤,٥٪		
الإجمالي		٣٤٠٥	١٠٠٪	٣٤٠٥	١٠٠٪

يليه دافع تعزيز القيم (٢٧٪) حيث الشعور بأن الدراما تعبر عنها وتجد نفسها معها ، تعلم الشباب الانتماء وحب الوطن ، تقدم لها التراث المصري والشخصيات القدوة.

ثم دافع التعلم (٢٤٪) بهدف تعلم مهارات جديدة من الدراما ، التعرف على ثقافات جديدة ، التعرف جيدًا على واقع الفتاة المصرية الحالي ، تدعيم أفكارها واتجاهاتها ومعتقداتها كذلك تجعلها أكثر تفاعلًا مع الأحداث.

وهذا تتمثل لنا أهمية ما تقدمه الدراما بالنسبة لعينة الدراسة ، وتأثيرها فيهن.

أما الدوافع الطقوسية فقد تمثلت في التسلية والاسترخاء وقضاء وقت الفراغ (٢١.٨٪) لأن الدراما تخلصهن من الشعور بالملل وتخفف من الإحساس بالتوتر ونسيان الهموم والمشاكل خاصة مع متابعة القصص المليئة بالرومانسية ، كما قد تكون الدراما بديلًا لقضاء الوقت عندما لا يكون لديهن شيئًا يفعلنه.

ولكن هل هناك علاقة ارتباط إيجابية بين تعرض طالبات الجامعة لمشاهدة الدراما العربية وبين دوافع التعرض؟

- لقياس العلاقة بين تعرض الطالبات لمشاهدة الدراما ودوافع تعرضهن، تم استخدام كا٢ ، وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار على وجود علاقة دالة إحصائيًا بين تعرض المبحوثات للدراما وبين دوافعها من هذا التعرض للحصول على المعلومة والتعلم والتسلية وقضاء وقت الفراغ(*).

- ولقد أثبتت الدراسة أيضا عدم وجود علاقة بين التعرض للدراما وبين دافع تعزيز القيم(**) . وهل تختلف هذه االدوافع باختلاف السن (**)؟ ونوع الجامعة (***)؟ واختلاف محل الإقامة (ريف أو حضر)؟

- لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة ودوافع التعرض للدراما تم استخدام كا٢ ، وقد أسفر ذلك على وجود علاقة بين متغير السن ودافع الحصول على المعلومة فقط ، بينما لم تثبت العلاقة بين السن ودوافع التعلم وتعزيز القيم والتسلية وقضاء الوقت.

(*) قيم كا٢ على الترتيب (٢٢,٨٣) ، (١٨,٣٩) ، (٢٢,٩٤) عند مستوى ثقة ٩٥% ودرجة حرية = ٦.

- أثبتت الدراسة أيضًا وجود علاقة بين كل من نوع الجامعة ومتغير مكان الإقامة (ريف أو حضر)(****) وبين دوافع الحصول على المعلومة والتعلم وتعزيز القيم.

- كما أسفرت الدراسة عن عدم وجود علاقة بين نوع الجامعة والإقامة في ريف أو حضر وبين دافع التسلية والاسترخاء وقضاء الوقت.

الموضوعات التي تفضل طالبات الجامعة متابعتها:

جدول رقم (٩)

الموضوع	ك	٪
اجتماعي	٢٥٧	٣٧,٣٪
سياسي	٦٠	٨,٧٪
ديني	١١٩	١٧,٣٪
تاريخي	٥٧	٨,٣٪
بوليس	٩٠	١٣٪
خيال علمي	٩٢	١٣,٤٪
أخرى (تذكر)	١٤	٢٪
الإجمالي	٦٨٩	١٠٠٪

(*) قيمة كا^2 (١٦ , ١٠) درجة حرية = ٦

(**) (السن) قيمة كا^2 (٥٣ , ١١) درجة حرية = ٢

(***) (نوع الجامعة) قيم كا^2 على الترتيب (٤٧,٧٥) ، (٤٩ , ٥٤) ، (٦٦ , ٣٤) درجة حرية = ٨

(****) (الإقامة كا^2 على الترتيب (٢٥,٥١) ، (٣٦,٨٧) ، (١١ , ١٩) درجة حرية = ٦

تشير النتائج إلى تنوع الموضوعات التي تحرص المبحوثات على متابعتها من خلال الأعمال الدرامية المختلفة وإن اختلفت نسب تفضيلها . فقد جاءت الأعمال الدرامية التي تتناول الموضوعات الاجتماعية في الترتيب الأول بنسبة (٣٧.٣٪) من إجمالي الموضوعات ، تليها وبفارق ملحوظ الموضوعات الدينية

نسبة (١٧.٣٪) ، موضوعات الخيال العلمي (١٣.٤٪) ، الموضوعات البوليسية (١٣٪) ، الموضوعات السياسية ٨.٧٪ ، الموضوعات التاريخية ، ٨.٣٪ ، ثم كل من الموضوعات الرومانسية والكوميدية والوثائقية بنسبة (٢٪) ، جدول رقم (٩).

ثانيًا : الدراما والمرأة المصرية :

هل الدراما تعبر فعلا عن واقع المرأة في مصر؟

جدول رقم (١)

مدى تعبير الدراما عن واقع المرأة المصرية

الجامعات / التعبير عن الواقع	القاهرة	أكتوبر	المنصورة	قناة السويس	المنيا	الإجمالي	
						ك	٪
بدرجة كبيرة	٣	٥	٣	٧	٢٠	٣٨	٪١٠
إلى حد ما	٦٠	٦٦	٦٨	٥٢	٤٩	٢٩٥	٪٧٧,٤
لا تعبر على الإطلاق	١٧	٩	٨	١١	٣	٤٩	٪١٢,٦
الإجمالي	٨٠	٨٠	٧٩	٧٠	٣٨١	٣٨٤	٪١٠٠

توضح لنا نتائج – الجدول رقم (١٠) – أن (١٠٪) فقط من الطالبات – عينة الدراسة – ترى أن الدراما تعبر ((بدرجة كبيرة)) عن هذا الواقع... في حين أكدت غالبية عينة الدراسة من طالبات الجامعة أنها ((تعبر إلى حد ما)) وذلك بنسبة (٧٧.٤٪) ، بينما ذكرت (١٢.٦٪) من أفراد العينة أنه ليست هناك أية علاقة بين الدراما المقدمة في التليفزيون وواقع المرأة في مصر ، وبسؤالهن عن أسباب عدم تعبير الدراما عن هذا الواقع - جدول رقم (١١) – كانت لأن الدراما تقدم تزييفًا للواقع وذلك بالنسبة لـ(٤١.٧٪) من إجمالي غير الموافقات وأنها تقدم صورة بعيدة كل البعد عن الحياة التي تعيشها المرأة المصرية (٣١.٣٪) .. وأنها تقدم صورة قريبة منه ولكنها ليست كاملة بل صورة مشوهة (٢٧٪).

جدول رقم (١١)

أسباب عدم تعبير الدراما عن الواقع

الجامعات / التعبير عن الواقع	القاهرة	أكتوبر	المنصورة	قناة السويس	المنيا	الإجمالي	
						ك	٪
صورة قريبة منه وليست كاملة	٢	٤	٤	٣	-	١٣	٪٢٧
صورة بعيدة كل البعد عن الحياة	٧	٢	١	٣	٢	١٥	٪٣١,٣
تزييف للواقع	٨	٣	٣	٥	١	٢٠	٪٤١,٧
الإجمالي	١٧	٩	٨	١١	٣	٤٨	٪١٠٠

- لقياس العلاقة بين الرأي في تعبير الدراما عن واقع المرأة المصرية وبين متغيري الدراسة نوع الجامعة، الإقامة في الريف أو الحضر ، تم استخراج كا^{2} .. وقد تبين من الاختبار وجود علاقة ارتباط عكسية (سلبية) بين رأي المبحوثات في تعبير الدراما عن واقع المرأة وبين نوع الجامعة [*] ومكان الإقامة [**] .

وهذه النتيجة مهمة تعد مؤشرًا على ضرورة أن تقوم الدراما بدور أكثر فاعلية في ربط المرأة بالواقع الذي تعيش فيه ، وفي تعريفها بكيفية المساهمة في تطويره وتنميته.. خاصة وأن رأي عينة الدراسة يؤكد لنا أن الواقع الذي تعكسه الدراما التي يقدمها التليفزيون عن المرأة في مصر في واد والواقع الفعلي الذي تعيشه المرأة المصرية في واد آخر وهي نتيجة سبق وأن أكدتها دراسة سابقة[١٧].

(*) (نوع الجامعة) قيمة كا^{2} (٤٤,٥٥) عند مستوى ثقة ٩٥% ودرجة الحرية =٨.

(**) الإقامة (ريف حضر) قيمة كا^{2} (٣٩,١) عند مستوى ثقة ٩٥% ودرجة الحرية =٦

البيئات المصرية التي تركز عليها الدراما :

جدول رقم (١٢)

يوضح البيئات التي تتناولها الأعمال الدرامية

البيئات / الترتيب	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الإجمالي	
					ك	٪
حضرية	٢٠١	٤٧	١٨	١	٢٦٧	٢٦,٨٪
ريفية	٧٥	١٤٩	٣٠	٤	٢٥٨	٢٦٪
بدوية	٣	١١	٩٥	٨٨	١٩٧	١٩,٨٪
أكثر من بيئة	١٠٠	٢٧	٦٤	٨١	٢٧٢	٢٧,٤٪
الإجمالي	٣٧٩	٢٣٤	٢٠٧	١٧٤	٩٩٤	١٠٠٪

تحتل الأعمال الدرامية التي تجمع بين ((أكثر من بيئة)) أي ليست هناك بيئة واحدة تركز عليها، الترتيب الأول بنسبة (٢٧.٤٪) تليها البيئة الحضرية في الترتيب الثاني (٢٦.٨٪) ثم البيئة الريفية في الترتيب الثالث (٢٦٪) ، في حين احتلت البيئة البدوية الترتيب الأخير بنسبة (١٩.٨٥٪) – جدول رقم (١٢).

وهذه النتيجة تتوافق تمامًا مع نتائج الدراسات التحليلية السابقة التي أشارت إلى إهمال الأعمال الدرامية لبعض البيئات في المجتمع المصري ومنها البيئة البدوية والريفية.

لذا فمن المهم العمل على تقديم أعمال درامية تتناول موضوعات من هذه البيئات تحديدًا وذلك حتى تجد المرأة المصرية ((الريفية والبدوية)) نفسها فيما يقدم أمامها من أعمال درامية على الشاشة ومن ثم يسهل وصول الرسالة الإعلامية إليها ، تلك الرسالة التي تدعم من دور المرأة في المجتمع وتؤكد عليه ، وتناقش المشكلات والقضايا التي تواجهها فضلا عن إمكانية تعريفها بحقوقها وواجباتها.

القضايا والموضوعات التي تهم المرأة المصرية حاليا :

- هل الدراما العربية التي يقدمها التليفزيون لمشاهديه تعكس القضايا التي تهم المرأة المصرية فعلا؟

جدول رقم (١٣)

هل الدراما العربية تعكس القضايا التي تهم المرأة المصرية؟

درجة عكسها للقضايا	ك	٪
نعم	١١٠	٪٢٨,٩
إلى حدًا ما	٢٢٩	٪٦٠,١
لا	٤٢	٪١١
الإجمالي	٣٨١	٪١٠٠

توضح لنا الإجابات – الجدول رقم (١٣) – أن (٦٠.١٪) من طالبات الجامعة – عينة الدراسة – ترى أن الدراما تعكس (إلى حد ما) الموضوعات والقضايا التي تهم المرأة مقابل (٢٨.٩٪) منهم ((وافقت)) على أنها تقدم قضايا مهمة للمرأة في مصر، أما النسبة الباقية وهي (١١٪) من العينة فقد ((رفضت))ذلك تمامًا ؛ لأن الدراما من وجهة نظرهن لا علاقة لها بالقضايا التي تهم المرأة المصرية والتي يجب على الإعلام عامة والدراما خاصة التركيز عليها وإبرازها مما يعني أن هناك قصورًا من قبل الدراما في هذا الشأن .

وانطلاقًا من أن هناك دائمًا علاقة متبادلة بين الجمهور وبين الوسيلة ، وأن له دورًا مهمًا في صنع أجندة وسائل الإعلام فهذه هي أجندة القضايا والموضوعات التي تقترحها - عينة الدراسة الميدانية - الجدول رقم (١٤) – وترى أنها تهم المرأة في بلادنا ويجب على الدراما التركيز عليها وإبرازها .

- جاء موضوع سيادة العادات والتقاليد المنحازة للذكور والمساواة بين الجنسين (٨.١٪) في الترتيب الأول يليه موضوع الأحوال الشخصية (٨٪)، مما يعني أنه أصبح في بؤرة اهتمام الفتاة المصرية التي تسعى إلى التعرف على حقوقها وتستهدف من المادة الدرامية تناولها بل وضرورة التركيز عليها للتعريف ونشر الوعي بها باعتبارها القضية المهمة للمرأة في مصر حاليًا .

- يليه فى الترتيب الثالث موضوع محو الأمية وتعليم المرأة (٧.٣٪) وهو فعلًا من القضايا والموضوعات التي لا يمكن إغفالها لتأثيرها الخطير على التنمية في مصر، وهو ما دفع الحكومة المصرية مؤخرًا إلى المطالبة بتكثيف الجهود الوطنية لمقاومته مع إعلان شهر سبتمبر من عام ٢٠٠٣ بداية عامًا قوميًا لمحو الأمية في مصر.. وهذا يعكس لنا مدى وعى الفتاة الجامعية في تحديد القضايا المهمة على المستوى الوطني سواء كانت مهمة للمرأة أو للرجل.

- ثم تأتى مشاكل الأسرة وضعف الترابط الأسرى في الترتيب الرابع (٧.١٪)، يليها ضرورة الاهتمام بتثقيف المرأة (٧٪) ، نشر الوعي السياسي لدى المرأة وممارسة المرأة لحقوقها السياسية ومن أهمها

جدول رقم (١٤)

الموضوعات التي تهم المرأة المصرية ويجب التركيز عليها

الموضوعات الواجب التركيز عليها	ك	٪
محو الأمية	١٨٦	٪٧,٣
عمل المرأة	١٢٤	٪٤,٩
الأحوال الشخصية	٢٠٤	٪٨,٠
ظواهر العنف والجريمة	٥٧	٪٢,٣
مشكلة الأسرة وضعف الترابط الأسري	١٨١	٪٧,١
التدخين وإدمان المخدرات	٦٨	٪٢,٧
غياب الوعي القانوني	٩٢	٪٣,٦
دور المرأة في الإنتاج والعمل على زيادة دخل الأسرة	٩٤	٪٣,٧
الاهتمام بمشاريع التنمية	٣٣	٪١,٣
الزيادة السكانية وتنظيم الأسرة	١٢٨	٪٥
عدم ممارسة المرأة لحقوقها السياسية (حق الانتخاب)	٧٢	٪٢,٨
علاقة الآباء بالأبناء	١٣٤	٪٥,٣
المساواة بين الجنسين	٧٦	٪٣
مشكلة عدم منح الجنسية لأبناء الأم المصرية	١٣٤	٪٥,٣
مشكلة صحية	٦٧	٪٢,٦
سيادة العادات والتقاليد المنحازة للذكور	١٣١	٪٥,٢
ممارسة المرأة المصرية لحقوقها التي كلفتها لها القوانين	٦٨	٪٢,٧
ضعف دور الجهود الذاتية في حل مشاكل المجتمع	٣٠	٪١,٢
مراقبة الأسعار والحد من ارتفاعها	٧٤	٪٢,٩
مقاومة بعض العادات الاجتماعية المعوقة للتنمية	٦٣	٪٢,٥
نشر الوعي السياسي لدى المرأة	١٠٧	٪٤,٢
تشجيع المرأة على المشاركة في العمل النقابي	٥٦	٪٢,٢
دور الجمعيات والمنظمات النسائية وأهميتها	٥٠	٪٢
إكساب المرأة بعض المهارات	١٢٩	٪٥,١
ثقافة المرأة	١٨٠	٪٧,١
الإجمالي	٢٥٣٨	٪١٠٠

حق الانتخاب فكانت نسبته (٦.٢٪)، زيادة الوعي القانوني وممارسة المرأة المصرية لحقوقها التي كفلها لها القانون بنفس النسبة (٦.٢٪).. وتساوى في النسبة موضوع علاقة الآباء بالأبناء والمشكلة الأزلية التي لم تجد لها المرأة حلا حتى الآن وهي عدم منح الجنسية لأبناء الأم المصرية (٥.٣٪).

- من الموضوعات المهمة أيضا التي حددتها المبحوثات وهى على الترتيب : موضوع الزيادة السكانية وتنظيم الأسرة (٥٪)، موضوع أهمية اكتساب المرأة بعض المهارات (٥٪)، موضوع عمل المرأة (٤.٩٪)، دور المرأة في الإنتاج والعمل على زيادة دخل الأسرة (٣.٧٪)، كيفية مراقبة الأسعار والحد من ارتفاعها (٢.٩٪)، موضوع خطورة التدخين وإدمان المخدرات (٢.٧٪)، المشكلات الصحية (٢.٦٪)، مقاومة بعض العادات الاجتماعية المعوقة للتنمية (٢.٤٪) تشجيع المرأة على المشاركة في العمل النقابي (٢.٢٪)، دور الجمعيات والمنظمات النسائية وأهميتها (١.٩٪)، الاهتمام بمشاريع التنمية (١.٣٪)، ضعف الجهود الذاتية في حل مشاكل المجتمع (١.٢٪).

وكما هو ملاحظ فإن تحديد الفتاة الجامعية لكل هذه الموضوعات والقضايا التي تهم المجتمع المصري كله وليس المرأة فقط ، والواجب - التركيز عليها إعلاميًّا وبالذات دراميا، يعكس مدى وعى الفتاة المصرية وإحساسها بأهمية دور الإعلام ، وتحديدًا المادة الدرامية في إعداد المرأة لدورها الواجب القيام به في مجتمعها، لكونها مواطنة لها حقوق وعليها أن تعرفها وتتمسك بها، وواجبات عليها أدائها كما ينبغي دون تفريط أو تهاون ، هذا من ناحية .

ومن ناحية أخرى فإنها تبين لنا أن الموضوعات نفسها التي تهم المرأة في مصر قد تغيرت ، فهي لم تعد تشغلها تلك الموضوعات التقليدية التي تنظر للمرأة ككائن لا يهتم إلا بمظهره الخارجي فقط أو تنظر لها كأنثى، أو لدورها المحدود في إطار أسرتها فقط ، وإنما العكس فإن تحديدها لهذه الموضوعات المتنوعة يؤكد على أنها تعي تمامًا أن للمرأة احتياجات أساسية يجب أن يضعها الإعلام في قائمة أولوياته لكي يعكسها في برامجه أو في مواده الدرامية حتى يمكنه أن يعد المرأة

جيدًا للدور الذي بإمكانها القيام به في تنمية مجتمعها . وأن هذا يبدأ طبعًا بمحو أميتها وبتعليمها وبتثقيفها أولًا ثم تعريفها بحقوقها وواجباتها وحدود مشاركتها ثانيًا.

هل يؤثر نوع الجامعة وإقامة الفتيات عينة الدراسة في الريف أو في الحضر على اختياراتها لموضوعات الأجندة؟

- لقياس العلاقة بين أجندة الموضوعات المقترحة ومتغيرات الدراسة نوع الجامعة (*) ، ومحل إقامة المبحوثات (ريف أو حضر) (**) ، تم استخدام كا^2 ، وقد أثبتت النتائج وجود علاقة بين كل من أجندة الموضوعات الاجتماعية والقانونية فقط وبين نوع الجامعة ومحل الإقامة.

- في حين لم تثبت العلاقة بين بقية الموضوعات المقترحة وبين متغيري الدراسة السابق ذكرهما.

الأدوار النسائية في الدراما :

تركز الدراما العربية بكافة أشكالها ، على شخصيات نسائية بذاتها لها أدوار محدودة والتي عادة ما تظهر بها في الأعمال الدرامية ، وتؤكد النتائج – جدول رقم (١٥) – أن الفتاة الجامعية ترى أن غالبية هذه الأدوار للأسف هي ((أدوار تقليدية)) ، وذلك بنسبة (٩١.٤٪) وهي على الترتيب أدوار الحبيبة (١٩.٩٪) ، الزوجة (١٩.٤٪) ، الأم (١٦.٧٪) ، الأنثى (١١.٩٪) ، الابنة (١١٪)، الحماة (٨.٧٪). الجدة (٣.٤٪) ، والمطلقة (٠.١٪) .. وهذه النتيجة متوافقة تمامًا مع نتائج الدراسات التحليلية السابقة بل ومؤكدة لها.

أما أدوار المرأة ((غير التقليدية)) والواجب التركيز عليها فعلا دراميًا فما زالت نسبتها ضعيفة (٨.٠٦٪) لا تتناسب وأهمية دور المرأة في مجتمعها وهي دورها كمواطنة (٨.١٪) ، ودورها كامرأة (عاملة)

(*) (نوع الجامعة) قيمة كا^2 على الترتيب (١٨,٧١) ، (١١,٣) درجة حرية =٤.

(**) الإقامة (ريف حضر) قيمة كا^2 على الترتيب (١١,٠٥) ، (٩,٠٦).

جدول رقم (١٥)

يوضح الأدوار النسائية في الدراما

الأدوار النسائية	ك	٪
الأم	١٤٤	١٦,٧٪
الزوجة	١٦٩	١٩,٦٪
الابنة	٩٥	١١٪
الجدة	٢٩	٣,٤٪
الحماة	٧٥	٨,٧٪
الأنثى	١٠٣	١١,٩٪
الحبيبة	١٧٢	١٩,٩٪
المطلقة	١	٠,١٪
المرأة العاملة	١	٠,١٪
المواطنة	٧٠	٨,١٪
أخرى (لا أعرف)	٤	٠,٥٪
الإجمالي	٨٦٣	١٠٠٪

ثالثًا : صورة المرأة المصرية والفتاة الجامعية في الدراما :

١- صورة المرأة المصرية (توصيف الصورة) :

ترى (٩.٤) من عينة الدراسة أن الصورة المقدمة للمرأة المصرية بصفة عامة في الدراما هي صورة سلبية تمامًا ، وذلك مقابل (٦.٨٪) ترى أنها تقدم صورة إيجابية في حين توضح لنا نتائج الجدول رقم (١٦) أن غالبية طالبات الجامعة (٧٢.٣٪) تؤكد أنها صورة تجمع بين السلبية والإيجابية.

جدول رقم (١٦)

صورة المرأة المصرية في الدراما

الأدوار النسائية	ك	٪
إيجابية	٢٦	٦,٨٪
سلبية	٣٦	٩,٤٪
سلبية + إيجابية	٢٧٥	٧٢,٢٪
غير محددة	٤٤	١١,٦٪
إجمالي	٣٨١	١٠٠٪

العلاقة بين الاتجاهات نحو صورة المرأة في الدراما ونوع الجامعة والإقامة (ريف وحضر):

- لقياس العلاقة بين اتجاهات الطالبات عينة الدراسة الميدانية نحو صورة المرأة المصرية في الدراما وبين كل من نوع الجامعة والإقامة (ريف وحضر) تم استخدام كا٢ وقد أسفر تطبيق هذا الاختبار عن وجود علاقة ارتباط عكسية بين الاتجاهات الجامعة (*) ، والإقامة في الريف أو الحضر (**) وهو ما يعني أنه مع تعدد الجامعات وتنوع إقامة الفتيات ما بين ريف وحضر تقل الاتجاهات الايجابية نحو الصورة المقدمة للمرأة في الدراما .

من حيث المرحلة العمرية:

كان نجاح الدراما إلى حد ما هو السمة الغالبة لدى (٤٣.٤٪) من إجمالي عينة الدراسة من الفتيات عند تقديمها لكافة المراحل العمرية التي تمر بها المرأة بصفة عامة (من مراهقة ، شباب ، سن النضج أو منتصف العمر، ثم مرحلة كبر السن).. فى حين تؤكد نسبة (٢٢.٤٪) من العينة أن الدراما ((لم تنجح)) تماما في ذلك مقابل نسبة (٣٤.٢٪) ترى أنها ((نجحت)) في تقديم المراحل جميعها التي تمر بها المرأة المصرية جدول رقم (١٧) .. وعن النتائج التفصيلية الخاصة بكل مرحلة عمرية نلحظ :

أن صورة المرأة الشابة كانت من أكثر الصور ظهورا والتي نجحت الدراما إلى حد

(*) قيمة كا٢ على الترتيب (٤٨,٢٥) ، درجة الحرية = ١٢

(**) قيمة كا٢ (٣٨) ، درجة الحرية = ٩

كبير في إبرازها وتقديمها من وجهة نظر نصف عينة الدراسة الميدانية تقريبًا (٤٩.٦٪)، تليها صورة المراهقة (٤١.٧٪).

بينما تؤكد نسبة (٥٦.٧٪) من الطالبات الجامعيات أن الدراما نجحت إلى حد ما عند تقديمها لمرحلة منتصف العمر التي تمر بها المرأة .. ولم تنجح تماما في تقديم صورتها وهي ((مسنة)).

هذا على الرغم من أهمية هاتين المرحلتين في حياة كل امرأة ، فهي مراحل العطاء وتوافر الخبرات وتوافر الوقت أيضًا من أجل العمل والتواصل مع المجتمع.

جدول رقم (١٧)

مدى نجاح الدراما في تقديم صورة حقيقية للشخصيات النسائية من حيث المرحلة العمرية

المرحلة العمرية / درجة النجاح	المراهقة		الشباب		سن النضج		كبار السن		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
إلى حد كبير	١٥٩	٪٤١,٧	١٨٩	٪٤٩,٦	٨٨	٪٢٣,١	٨٥	٪٢٢,٢	٥٢١	٪٣٤,٢
إلى حد ما	١٤٢	٪٢٧,٢	١٥٤	٪٤٠,٤	٢١٦	٪٥٦,٧	١٤٩	٪٣٩,١	٦٦١	٪٤٣,٣
لم تنجح	٨٠	٪٢١	٣٨	٪١٠	٧٧	٪٢٠,٢	١٤٧	٪٣٨,٦	٣٤٢	٪٢٢,٤
الإجمالي	٣٨١	٪١٠٠	٣٨١	٪١٠٠	٣٨١	٪١٠٠	٣٨١	٪١٠٠	١٥٢٤	٪١٠٠

ومن ثم فعلى الدراما - بصفة خاصة - وهي موضوع الدراسة ، والإعلام - بصفة عامة - عدم النظر إلى المرأة المصرية على أنها مرحلة عمرية واحدة (الشباب) وهي التي يتم التركيز عليها دومًا في كافة المضامين الإعلامية والدرامية ، بل من الضروري التعامل دائمًا مع المرأة على أنها تمر بعدة مراحل عمرية ، لكل مرحلة منها أهميتها وخصائصها ودورها الذي بإمكانها القيام به سواء على المستوى الشخصي أو المجتمعي وهو ما يعنى ضمنًا أهمية العمل على زيادة مشاركة المرأة في كافة مراحلها العمرية في تنمية وتطوير مجتمعها مع زيادة تفعيل هذه المشاركة.

من حيث الشخصيات والمهن :

جدول رقم (١٨)

مدى نجاح الدراما في تقديم صورة حقيقية للشخصيات النسائية من حيث المهن

مدى نجاح الدراما / الشخصيات والمهن	إلى حد كبير		إلى حد ما		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
طالبة	١٥٨	٨,١٪	١٥٧	٦,٨٪	٦٦	٤,٥٪
عاملة	٩٩	٥,١٪	٢١٣	٩,٢٪	٦٩	٤,٧٪
ربة بيت	١٤٢	١٢,٥٪	٩٨	٤,٢٪	٤١	٢,٨٪
فلاحة	١٤٩	٧,٧٪	١٥٦	٦,٨٪	٧٦	٥,٢٪
صعيدية	١٥٨	٨,١٪	١٤٣	٦,٢٪	٨٠	٥,٤٪
بدوية	٤٥	٢,٣٪	١٠٨	٤,٧٪	٢٢٨	١٥,٥٪
سيدة أعمال	١٠٨	٥,٦٪	١٧٦	٧,٦٪	٩٧	٦,٦٪
طبيبة	١٥٥	٨,٠٪	١٨٤	٨,٠٪	٤٢	٢,٩٪
ممرضة	٩٩	٥,١٪	١٩٩	٨,٦٪	٨٣	٥,٧٪
مهندسة	٨٧	٤,٥٪	١٧٩	٧,٨٪	١١٥	٧,٨٪
مدرسة	١٦٧	٨,٦٪	١٥٢	٦,٦٪	٦٢	٤,٢٪
أستاذة جامعة	٩١	٤,٧٪	١٨٢	٧,٩٪	١٠٨	٧,٤٪
رياضية	٣٢	١,٦٪	١٢٥	٥,٤٪	٢٢٤	١٥,٢٪
إعلامية	١٢٠	٦,٢٪	١٤٧	٦,٤٪	١١٤	٧,٨٪
فنانة	٢٣٠	١١,٩٪	٨٨	٣,٨٪	٦٣	٤,٢٪
الإجمالي	١٩٤٠	١٠٠٪	٢٣٠٧	١٠٠٪	١٤٦٨	١٠٠٪

هناك تفاوت ملحوظ في موافقة عينة الدراسة من الفتيات الجامعيات على مدى نجاح الأعمال الدرامية العربية بكافة أشكالها من مسلسلات ، أفلام ، تمثيليات ومسرحيات في تقديم الشخصيات النسائية من حيث المهن التي تؤديها في المجتمع ، فهناك مهن ووظائف نجحت الدراما في تقديمها مثل ربة المنزل

(١٢.٥٪) ، الفنانة (١١.٨٪)، المدرسة (٨.٦٪)، الطالبة وكذلك المرأة الصعيدية بذات النسبة (٨.١٪).

- أما الشخصيات والمهن التي نجحت الدراما إلى حد ما في تقديمها فهي على الترتيب ، المرأة العاملة (٩.٢٪)، الممرضة (٨.٩٪)، الطبيبة (٧.٩٪)، أستاذة الجامعة (٧.٨٪) ، المهندسة (٧.٧٪)، سيدة الأعمال (٧.٦٪)، الفلاحة (٩.٧٪)، والإعلامية (٦.٣٪).

في حين لم تنجح في تقديم بعض الشخصيات والمهن عند تناولها لها كما تؤكد عينة الدراسة الميدانية ، مثل المرأة البدوية (١٥.٥٪) ، والرياضية (١٥.٢٪).

ومما سبق نخلص إلى أن مؤشرات النتائج تعكس لنا أن الدراما لم توفق في إبراز وتناول الشخصيات والمهن التي تقوم بها المرأة المصرية في المجتمع بالفعل وهي مهن - كما تمت الإشارة إليها - تمارسها عدد كبير من النساء وأثبتت فيها تميزًا وتفوقا ملحوظا ، ومن ثم لم يعد مقبولا الآن من الأعمال الدرامية أن يتم تركيزها فقط على ربة المنزل أو الطالبة أو الفنانة ، بينما في المقابل ، نجد أن هناك مهنًا أخرى عديدة تقوم بها المرأة المصرية ولم يتم تناولها في الأعمال الدرامية ولم تظهرها لنا نتائج الدراسة الميدانية منها على سبيل المثال لا الحصر مهن: الطيران، الأديبة والمفكرة ، المتخصصة في العلوم النووية ، وفى علوم الفضاء، وعلوم الكمبيوتر، الدبلوماسية ، السفيرة ، الوزيرة .. أما الآن فقد أصبحت المرأة في مصر ولأول مرة قاضية ورئيسة جامعة ، فأين كل هذه المهن والشخصيات النسائية المصرية من الأعمال الدرامية التي يقدمها لنا التليفزيون؟

الملامح الإيجابية والسلبية للصورة:

جدول رقم (١٩)

أبرز ملامح الصورة الإيجابية للمرأة المصرية التي تقدمها الدراما

ملامح الصورة الإيجابية	ك	٪
امرأة عصرية تحرص على حقها في التعليم	٢٠٥	١٥,٢٪
قادرة على مواجهة المشكلات الصعبة والتكيف السليم معها مع الاحتفاظ بكيانها كامرأة	١٧٨	١٣,٢٪
الاستقلال الشخصي والقدرة على اتخاذ قرارات فردية وتسيير الأمور	٦٩	٥,١٪
معاونة الأهل والأصدقاء	١٢٣	٩,١٪
التمرد على أطماع الزوج	٥٨	٤,٣٪
التضحية من أجل الزوج والأبناء	٢٣٣	١٧,٢٪
الحق في العمل والتفاني من أجله	١٦٢	١٢٪
المشاركة السياسية	٦٦	٤,٨٪
المساواة بين الجنسين	١١٠	٨,١٪
تحقيق الذات	١٤٥	١٠,٧٪
تحرص على أسرتها وتدافع عن زوجها وأولادها	١	٠,١٪
قيادية	١	٠,١٪
محافظة على جميع حقوقها	١	٠,١٪
الإجمالي	١٣٥٢	١٠٠٪

وعن أبرز الملامح الايجابية لهذه الصورة كما تراها عينة الدراسة فقد تمثلت في بعدين أساسيين وهما على الترتيب - كما يوضحهما لنا الجدول رقم (١٩).

- البعد الأول ((ذاتي))يرتبط بالمرأة ودورها في المجتمع (٦٩.٣٪) فهي امرأة عصرية تحرص على أهمية حقها في التعليم ، قادرة على مواجهة المشكلات الصعبة والتكيف السليم معها مع الاحتفاظ بكيانها كامرأة ، متمسكة بحقها في العمل والتفاني من أجله ، وفي تحقيق ذاتها، مطالبة بضرورة المساواة بين

الجنسين، حريصة على استقلالها الشخصي ولديها قدرة على اتخاذ قرارات فردية وتسيير الأمور، ومشاركة سياسية، وقيادية ، ومحافظة على جميع حقوقها .

- ولقياس العلاقة بين الملامح الإيجابية للصورة المقدمة للمرأة ولدورها في المجتمع وبين متغيرات الدراسة (نوع الجامعة(*) ، الإقامة في الريف أو الحضر)(**) تم استخدام كا٢ وأسفر تطبيق الاختبار عن عدم وجود علاقة بين المتغيرين .

البعد الثاني ويرتبط بدورها الأسرى (٣٠.٧٪) التي لا غنى لها عنه ولا يقلل من دورها سواء تجاه ذاتها أو تجاه مجتمعها بل على العكس فإنه يكمله ويزيد من تأثيره ومن فاعليته ، فهي تحرص على أسرتها وتدافع عن زوجها وأولادها، مضحية من أجلهم ، معاونة دائما للأهل والأصدقاء، متمردة على أطماع زوجها.

- لقياس العلاقة بين الملامح الإيجابية للصورة المقدمة للبعد الأسرى في الدراما وبين متغيرات الدراسة (نوع الجامعة (*) ، الإقامة في الريف أو الحضر)(**) تم استخدام كا٢، وقد أسفر ذلك عن وجود علاقة بين المتغيرين .

أما عن الملامح السلبية في الصورة والتي تعكسها الدراما للمرأة المصرية فيمكننا تجميعها في ثلاثة محاور على النحو التالي الجدول رقم (٢٠):

أولًا : المرأة كائن اجتماعي (٤٥.٤٪) محتاجة دائمًا إلى سند وعون خارجي (١٠٪)، مترددة لحوحة ، ثرثارة (٩.٤٪)، النظر إليها كأنثى وليس ككائن اجتماعي يرتبط بمشكلات المجتمع (٨.٣٪)، تنشغل بجمالها خارج المنزل أما داخله فينعدم اهتمامها بمظهرها (٧.٥٪)، عاجزة عن التفكير والرد السليم (٤.٤٪) ، تحيا بلا هدف (٣.١٪)، متواكلة وغير دقيقة (٢.٧٪).

ثانيًا : فيما يتعلق بالزواج (٣٤.٣٪) قلقة دائمًا من ضياع الزوج وغيروا ثقة فيه (١١.٢٪)، الزواج هدفها الأسمى (٧.٧٪)، تعتبر الإنجاب محور حياتها

(*) قيمة كا٢ (٤٨,٢٥) ، درجة الحرية = ١٢.

(**) قيمة كا٢ (٣٨) ، درجة الحرية = ٩.

(*) (نوع الجامعة) قيمة كا٢ (٣,٠١١) ، درجة الحرية = ٤.

(**) الإقامة – ريف أو الحضر) قيمة كا٢ (١,٧٦) ، ودرجة الحرية =٣.

(٥.٩٪)، غير صالحة للقيام بمهام أخرى غير كونها ربة منزل ترعى أطفالها (٤.٨٪)، غالبا ما تظهر في إطار المنزل حيث أن معظمهن متزوجات (٤.٧٪) .

ثالثًا : مقارنة بالرجل (٢٠.٣٪) تظهر دائمً بشكل نمطي وأقل أهمية من الرجل (٦.٨٪) تتسبب في الشجار بين الرجال (٦٪)، تحظى بمستويات تعليمية واقتصادية أقل (٥.٢٪)، تدافع عن تبعيتها للرجل (٢.٣٪).

جدول رقم (٢٠)

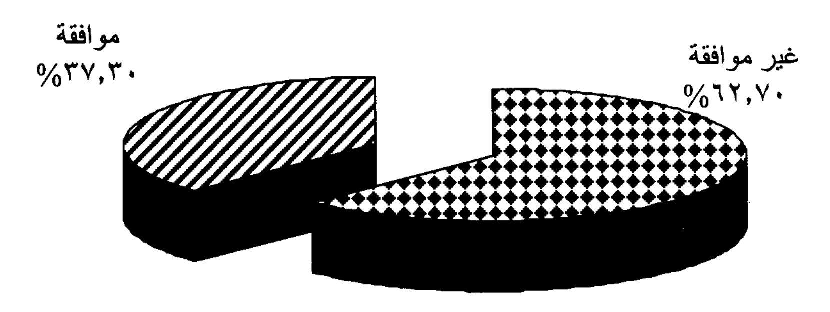
أبرز ملامح الصورة السلبية للمرأة المصرية التي تقدمها الدراما

ملامح الصورة السلبية	ك	٪
عاجزة عن التفكير والرد السليم	٧٢	٤,٤٪
محتاجة دائما إلى سند وعون خارجي	١٦٣	١٠٪
مترددة ، لحوحة ، ثرثارة	١٥٣	٩,٤٪
متواكلة ، غير دقيقة	٤٣	٢,٧٪
تحيا بلا هدف	٥١	٣,١٪
تحظى بمستويات تعليمية واقتصادية أقل من الرجال	٨٤	٥,٢٪
تظهر دائمًا بشكل نمطي وأقل أهمية من الرجال	١١٠	٦,٨٪
تتسبب في الشجار بين الرجال	٩٧	٦٪
المرأة التي تدافع عن تبعيتها	٣٧	٢,٣٪
تنشغل بجمالها خارج المنزل ، أما بداخله فينعدم اهتمامها بمظهرها	١٢١	٧,٥٪
الزواج هدفها الأسمى	١٢٥	٧,٧٪
غالبًا ما تظهر في إطار المنزل حيث أن معظمهن متزوجات	٧٦	٤,٧٪
اعتبار الإنجاب محور حياتها	٩٦	٥,٩٪
غير صالحة للقيام بمهام أخرى غير كونها ربة منزل ورعاية الأطفال	٧٨	٤,٨٪
قلقها من ضياع الزوج وعدم الثقة فيه	١٨٢	١١,٢٪
الدراما تنظر إليها كانثى وليس ككائن اجتماعي يرتبط بمشكلات المجتمع	١٣٤	٨,٣٪
الإجمالي	١٦٢٢	١٠٠٪

- لقياس العلاقة بين الملامح السلبية لصورة المرأة في الدراما بأبعادها المختلفة (منها ما يتعلق بالمرأة ككائن اجتماعي، أو بالزواج أو بمقارنتها بالرجل) وبين متغيرات الدراسة نوع الجامعة (*) ، الإقامة في الريف أو الحضر (**) تم استخدام كا٢ وأسفر تطبيق الاختبار عن عدم وجود علاقة بين المتغيرين .

٢- صورة الفتاة الجامعية:

في محاولة للتعرف على مدى موافقة الفتيات الجامعيات - عينة الدراسة الميدانية - على الصورة التي تقدمها لها المسلسلات والتمثيليات والأفلام والمسرحيات وحتى البرامج الدرامية أكدت (٦٢.٧٪) من العينة عدم نجاح الأعمال الدرامية في عكس صورتها الحقيقية ولو بدرجة قريبة من الواقع - شكل رقم (٣) - ، في حين أبدت (٣٧.٣٪) من العينة موافقتها على صورة الفتاة الجامعية المقدمة في الدراما .



شكل رقم (٣) مدى الموافقة على صورة الفتاة الجامعية

هل هناك علاقة بين اتجاهات المبحوثات نحو الصورة السلبية للفتاة الجامعية وبين نوع الجامعة والإقامة في الريف أو الحضر؟

- لقياس العلاقة تم استخدام كا٢ وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباط عكسية بين الاتجاه السلبي للمبحوثات نحو الصورة وبين (نوع الجامعة ، الإقامة

(*) (نوع الجامعة) قيمة كا٢ (١٥,٧) ، درجة الحرية = ٤.

(**) الإقامة (ريف أو الحضر) قيمة كا٢ (١١,٥١) ، ودرجة الحرية =٣.

في الريف أو الحضر)، وهي نتيجة متماثلة مع اتجاهات المبحوثات نحو صورة المرأة المصرية بصفة عامة.

- وتأكيدًا لذلك تم قياس العلاقة بين اتجاهات المبحوثات نحو صورة كل من المرأة والفتاة الجامعية في الدراما، وباستخدام كا٢ تبين لنا وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين.

وهذه النتيجة تؤكد أنه لا انفصام بين صورة الفتاة المصرية الجامعية وصورة المرأة المصرية فهي علاقة الجزء بالكل فكلتاهما مترابطتان، والغالب عليهما عدم رضا الفتاة الجامعية عنهما لبعدهما عن الواقع وتشويههما له في معظم الأحيان.

أسباب عدم الموافقة على الصورة المقدمة للفتاة الجامعية:

أجمعت المبحوثات على أن عدم موافقتهن على الصورة التي تقدمها الدراما للفتاة الجامعية يعود إلى أنها صورة سلبية عن الفتاة الجامعية في مصر، صورة نمطية زائفة غير حقيقية وغير مطابقة للواقع الذي تعيش فيه، لا تهتم بالعادات والتقاليد ولا تتناول مشاكل الفتاة الجامعية ولا تقدم لها حلولًا، فهي تقدمها على أنها:

- فتاة مستهترة سواء في الملبس أو في طريقة الكلام وتظهر دائمًا في صورة المراهقة، العاشقة، غير المتحكمة في رغباتها.

- تعيش في الخيال، هي دائما المخطئة، لا تحتاج للعلم، وتبحث فقط عن الصداقة مع الجنس الآخر ولا تساهم في تطوير مجتمعها.

- ثرثارة، تافهة، مبتذلة، مقلدة تقليدا أعمى للغرب، غير طموحة، كل طموحها ينحصر في الزواج والحديث عن النادي والشلة والموضة.

- فتاة متهورة، جريئة لحد كبير، ليس لديها حياء، عنيدة لا تخضع لرأي الآخرين بسهولة.

- فتاة لا تبالي بالقيم ولا بالأخلاق، انتهازية وتسعى لكسب إعجاب الجميع.

- تظهر دائما بالزى الأجنبي ولا تظهر بالزى الإسلامي فهذا مفقود على الشاشة..

- سلبية وغير متوافقة مع مجتمعها الذي يتطور من حولها

- تذهب للجامعة لمجرد الاهتمام بالمظهر والحب كل همها معرفة الشباب ، الحصول على زوج بالدرجة الأولى قد يكون المعيد أو الدكتور الذي يقوم بتعليمها والعيش في حياة مرفهة والحصول على الڤيلا والسيارة .

- متمردة على مجتمعها وعلى أسرتها خاصة عندما تسوء الحالة الاقتصادية .

- غير مهتمة بأمور الدين والحياة الاجتماعية وكل ما تهتم به هو أناقتها وزينتها وجمالها ، ولا يوجد مكان للعمل في حياتها .

- سطحية ، غير مثقفة ، مدمنة (تتعاطى المخدرات)، ذات شخصية ضعيفة ، فاشلة ، منحرفة تفعل أشياء غير صحيحة لا تتناسب مع طبيعتها كفتاة جامعية

- تظهر دائمًا وبها مشكلة نفسية نتيجة التفكك الأسرى أو لارتباطها بشاب وكل تفكيرها وحواراتها مع أصدقائها عن هذا الشاب الذي تضحى بطموحها من أجله.

- الفتاة الثرية دائمًا مدللة لا تهتم بالتعليم فهي محور الشر داخل الجامعة أما الفتاة الفقيرة فهي المكافحة ، المتمسكة بدينها وأخلاقها وان كان هذا غير صحيح في كل الأحوال .

- فتاة تتزوج عرفيًا عندما تدخل الجامعة تجرى وراء مشاعرها وحبها وصداقاتها، لا تهتم بدراستها ولا مستقبلها، فاقدة للأمل ، قليلة الفائدة ، العنصر الضعيف المكسور في المجتمع ، متهورة إلى حد كبير.

دور الدراما في تكوين الصورة السلبية :

تؤكد الفتيات على أن الدراما تلعب دورًا كبيرًا في تكوين هذه الصورة السلبية عن الفتاة الجامعية وفي قولبتها بل وأيضًا في الترويج لها وذلك للأسباب التالية:

- عدم إظهار الفتاة بالصورة التي خلقها الله عليها (من عقل وعاطفة)، كما أن معظم ما يقدم من أعمال درامية يدل على فساد المجتمع وعدم وجود فتيات ذات أخلاق عالية .

-أنها تعلم الفتاة الحب والزواج في السر، وأن تترك دراستها وتخرج مع

حبيبها (مما يجعلنا نفكر أن نفعل مثلها) كما ذكرت إحدى المبحوثات .

- أنها تذهب إلى الجامعة للتعرف أولا على زميل والوقوع في حبه ، هدف الفتاة من الدراسة في الجامعة ليس التعليم ولكن قضاء وقت مع الآخرين والحصول على الزوج المناسب .

- تعتبر أن أي فتاة جامعية لابد أن تتعرض إلى تيار الضياع الذي يجرفها طبعًا ولا تنجم في مقاومته

- تصور المسلسلات الطلبة دائما بين الزرع والشجر داخل حرم الجامعة ولا تتم مناقشة الحياة الاجتماعية في الجامعة بعيوبها ومحاسنها بطريقة أكثر عمقًا.

- تظهر الفتاة التي تدرس في كلية نظرية على أنها غالبا متعثرة في دراستها تسعى للزواج .

- هي صورة تهتم بالمظهر الخارجي فقط ولا تهتم بقضايا الفتاة داخل الجامعة ولا تتناول جميع جوانب الحياة الجامعية.

- لا تعطها حقها في الظهور في أدوار مثالية وجيدة ، فهي تظهر إما الفتاة التي لا تهتم بشيء سوى الدراسة ، أو الفتاة المستهترة التي لا هدف لها سوى العناية بجمالها وزيها وتهمل دراستها مع تجاهل الفتاة القادرة على الجمع بين الاثنين ، وكأنه ليس هناك حل وسط.

- هذا ما تؤكده إحدى الطالبات من جامعة المنصورة بقولها (تظهر الفتاة الجامعية دائمًا في صورة الفتاة غير الملتزمة ، أنا لا أتصور أن توجد هذه الصورة في مجتمعنا)، بينما تضيف عليها طالبة من جامعة ٦ أكتوبر (أنها صورة غير مشرفة للفتاة الجامعية فهي لا تهتم بدراستها ومستقبلها وتجري وراء مشاعرها وحبها وصداقتها) فهم لا يراعون الوسطية في تقديم الفتاة فهي إما مستهترة أو ملتزمة من الناحية الدينية .

- الواقع شيء والدراما شيء آخر. فهي صورة غير واقعية تقدم كل ما يتناقض مع الدين والعادات والتقاليد وتقدم المناظر الخليعة بدون رقابة، بصراحة صورة وقحة لكثير من الطالبات، فهي عيب على بنات جنسنا) هذا ما ذكرته طالبة من شمال سيناء من جامعة قناة السويس، وعن علاقة الفتاة بمن حولها وخاصة تعاملها مع الجنس الآخر وهو ما يظهر دائمًا في الدراما تضيف (كل ذلك يؤثر علينا وينعكس علينا بالسلب من ناحية منع الأسرة للفتاة من التعليم لعدم الاختلاط لأن الدراسة الجامعية - في رأيهم - ما هي إلا منفذًا لمعرفة الحبيب لا غير).

- تقدم صورة تسيء إلى الفتاة المصرية وتسيء إليها كمسلمة فهي لا تظهرها بالصورة التي أرادها الإسلام لها وبالأخلاق التي أوصانا بها رسولنا الكريم ﷺ ومن أهمها الحياء وهو من أبرز صفات المرأة المسلمة.

- (للأسف سليبة صورتنا ليست في الدراما فقط، ولكن في جميع الأعمال التي تقدم عن المرأة، و في بعض الأحيان أشعر أن من يقدم هذه الأعمال لا يستشعر خطورة الدور الذي يقوم به وتأثيراته السلبية علينا كفتيات وعلى مجتمعنا ككل) هذا ما تؤكده إحدى طالبات جامعة قناة السويس.

رابعًا: كيفية تصحيح الصورة في الدراما؟

١ - مقترحات الفتاة الجامعية بشأن تحسين هذه الصورة:

يمكننا تقسيم هذه المقترحات التي قدمتها الفتاة الجامعية عن رؤيتها لكيفية تحسين صورتها بصفة خاصة وصورة المرأة بصفة عامة في الدراما إلى ثلاثة محاور على النحو التالي:

- عند تناول شخصية الفتاة الجامعية: يجب الالتزام بالآتي:

- تقديم صورة تتميز بالواقعية وهي صورة الفتاة الجامعية الحقيقية، التي تحيا بصورة طبيعية عادية لها مميزاتها وعيوبها أيضًا، لا تظهرها على أنها ملاك في كل الأحيان ولا مخطئة في كل الأحيان؛ بحيث تكون الدراما واقعية ومقبولة، ولها مصداقية لدى المشاهدين.

- إبراز قدرات الفتاة وإمكاناتها من حيث أهليتها لمواجهة الحياة وأنها فتاة تعتز بشخصيتها وعاداتها وتقاليدها التي نشأت وتربت عليها.

- فتاة متعلمة ومثقفة تدرك مشاكلها وتعمل جاهدة على حلها وتسعى دائمًا للنجاح والتفوق ، تتفاعل مع المجتمع من حولها متفهمة لمشكلاته .

- فتاة عصرية ، متدينة ، تحافظ على عادات مجتمعها وتقاليده وثقافته ، فتاة بصورتها الشرقية تلبس ما يليق بها ، تظهر علاقتها بأهلها وأخوتها وأقاربها وكل من تعرفهم .

- فتاة متفتحة علي العالم ومطلعة على الحياة التي تدور من حولها، على دراية بالأحداث المحيطة بها، فتاة تدرك مجريات الأمور من حولها، لديها وعي سياسي وديني، مشاركة في الحياة العملية و في نشاطات المجتمع المختلفة مع التأكيد دائمًا على أن كل مجتمع له ظروفه ومشاكله .

- فتاة مسؤولة ، ملتزمة تتمتع بكافة الحقوق ، وتؤدى ما عليها من واجبات ، تذهب للجامعة للحصول على قدر عال من التعليم وتشارك في الانتخابات الجامعية ، منتمية إلى أحزاب ، مهتمة بالحياة السياسية ولها مشاركة فعالة فيها، لها دور في العمل السياسي و في تنمية المجتمع تركز بالدرجة الأولى على طموحاتها في المجال العلمي أولاً قبل تفكيرها في الزواج وفارس الأحلام .

- فتاة جادة تحب وطنها بصدق وإخلاص ومتمسكة بقيم دينها وأخلاقها، تهتم بشخصيتها كعضو فعال داخل المجتمع وتشارك في هموم بلادها ومحنها .

- صورة فيها استقلالية ، متحررة من قيود المدخلات الأجنبية على حياتها، صورة يغلفها التدين والتفاؤل وحب الاستقرار.

- صورة فتاة متوازنة ، إيجابية ، مهذبة ، مثالية لكي تكون قدوة لغيرها من الفتيات ، وكما ذكرت إحدى المبحوثات من جامعة المنيا (أود أن أرى الفتاة المصرية على الشاشة في الأدوار الإيجابية الجميلة لأنني أجد نفسي في هذه الأدوار).

- فتاة واعية ، قادرة على تصريف أمورها بنفسها، ناضجة في التفكير، لا تقدمها كأنثى وتقول إحدى طالبات جامعة أكتوبر: (أنا لا أعترض على كونها جميلة ، ولكن ليس الجمال هو كل شيء ، ولكن هناك صفات أخرى كثيرة تجعل الفتاة أكثر من جميلة).

- تتميز بقوة الشخصية ، وبحقها في اختياراتها لما يخصها، تتمتع بالحرية ، لها رأيها المعلن بلا خوف .

- جميلة ورقيقة ومثقفة مع إظهار مدي التأثير الايجابي للعلم على الفتاة المصرية.

-إبراز المشاكل التي تواجهها وكيفية علاجها، أي: تقديم الحلول والمقترحات خاصة المشاكل المتعلقة بتعليمها، مشاكل الشباب بعد التخرج، المشاكل العاطفية وتلك المتعلقة بزواجها .

- رافضة للزواج المبكر، تطالب بإكمال تعليمها حتى الوصول للجامعة والتخرج منها مع الاحتفاظ بحقها في اختيار الزوج المناسب .

- صورة مشرفة تدل على وجود فتيات ذات خلق عال ، تحترم الحرية الممنوحة لها وعدم استخدامها في أشياء خاطئة .

- فتاة تكافح ، تتعلم ، تسافر إلى الأماكن البعيدة لتلقي العلم وتعتمد على نفسها لإيجاد الدخل اللازم ، لها قدرة على تحقيق كل ما تتمناه.

- فتاة مصرية محبة للخير ومعاونة للأهل والأصدقاء ، تتسم بالصدق والأمانة، تعرف حقوقها وواجباتها تجاه أسرتها ومجتمعها.

- إعادة النظر في صورة الفتاة الريفية وتصويرها بشكل واقعي من حيث تقاليدها ، أخلاقها ، تثقيفها العلمي والأدبي.

- عند تناول شخصية المرأة المصرية ككل:

- تقديم المرأة المصرية بكل مشكلاتها في المجتمع مع تقديم الحلول ، صورة معبرة عن وضعها ومكانتها في المجتمع ومدى ما تتمتع به من حقوق والدور الذي تقوم به.

- امرأة إيجابية تسعى إلى تحقيق ذاتها والحفاظ على كيانها وشخصيتها وحق مساواتها بالرجل.

- صورة خالية من أي تشويه يقلل من شأن المرأة المصرية ككل لدى مشاهديها بالذات في الدول الأخرى (أي لدى الآخر).

- يجب ألا تظهر بصورة مهمشة وليس لها دور ؛ ذلك لأن المرأة هي نصف المجتمع ، تكافح في حياتها العملية وتراعى بيتها وأسرتها أيضًا وهو الواقع فعليًّا في

المجتمع المصري.

- لها أدوار أساسية ، ممارسة لحقوقها السياسية لها حق الانتخاب والترشيح والمشاركة في الهيئات السياسية.

- قادرة على التفكير السليم وقادرة على اتخاذ القرارات وعلى تقرير مصيرها ، لها طموحات، لها دور في الحياة : دور اجتماعي وأسري ، وأدوار عدة لخدمة المجتمع.

- يجب أن تشغل أعلى المناصب ، تمارس حقوقها التي كفلها لها القانون ، تعريفها كيفية استغلال للحقوق التي حصلت عليها أفضل استغلال ممكن ، لها دور في زيادة دخل الأسرة وحل قضايا المجتمع.

- إظهارها بشكل طولي في العمل الدرامي وليست سندًا للرجل كما نرى في معظم الأحيان مما يتيح لها الفرصة للتحدث عن نفسها مع تقليل الاهتمام سواء بمظهرها الخارجي أو بجمالها فقط.

- مقترحات لزيادة فاعلية دور المرأة:

تؤكد الفتيات الجامعيات على أن الدراما يجب أن تخدم المجتمع والشباب وقضايا المرأة بأن تكون دراما واقعية ، ملمة بالأحداث اليومية ومشكلات المرأة في المجتمع ، بعيدة تمامًا عن الخيال والقضايا الزائفة والمبتكرة ، تقدم صورة غير مشوهة بل صورة مناسبة للفتاة المصرية ، وكيفية معاملة المجتمع لها ، تعبر عن واقع الشباب المصري ومشاكلهم الواقعية ، ولن يتحقق ذلك إلا عن طريق التخطيط الجيد من قبل المسؤولين عن الدراما عند التعامل مع كل موضوع أو مشكلة وتناوله دراميًا بشكل واقعي ومفيد بعد معايشته معايشة حقيقية حتى يتم إعداده بصورة جيدة ، وذلك من خلال:

- يجب أن تظهر كل من الفتاة الجامعية والمرأة المصرية في صورة محترمة ؛ لأنها تشكل نصف المجتمع ، وأصبح من بين النساء وزيرات ومستشارات.

- تزويد الفتاة المصرية بالخبرات والمعارف في شتى المجالات مع مراعاة جميع جوانبها النفسية والشخصية وكوجدانية وإبراز أهميتها داخل المجتمع .

- تقديم موضوعات تحث وتدعم الوعي الديني والقومي والعلمي لمواكبة العالم والأحداث الجارية من حولنا والابتعاد عن كل ما هو متكلف ولا يهدف إلا إلى إضاعة الوقت وتسخيف عقول الشباب .

- التركيز على تناول قضايا مهمة مثل حقها في التعليم ، وحقها في العمل ، تكثيف من برامج الوعي الصحي والديني للفتاة المصرية .

- التركيز دراميًا على حل المشكلات التي تواجه الفتاة في وقتنا الحالي حلا منطقيًا قابلا للتطبيق على أرض الواقع .

- تقديم صورة الفتاة الريفية والبدوية بطريقة أفضل ـ صورة بعيدة عن التزييف وقريبة للواقع ، صورة متوازنة .

- التركيز على صورة المرأة المسلمة وكيف كرمها الله سبحانه وتعالى وكفل لها حقوقها الشرعية كالتعليم والعمل وإبداء الرأي والمساواة بينها وبين الرجل .

- تعريف الفتاة بالجامعة وبالأهداف الحقيقية من التعليم الجامعي وبكيفية تعاملها مع زملائها مع التركيز على سلوكها سواء داخل الجامعة وخارجها . وقد ذكرت إحدى طالبات جامعة المنصورة: (أن الدراما المصرية ينقصها الكثير للتعبير عما يدور بداخلنا، ومن الضروري النزول إلى مواقع الجامعات لرؤية الفتيات وتقديمها بصدق وبصراحة) .

- تقديم كل الصور الممكنة عن الفتاة المصرية بل والمرأة المصرية ككل ؛ لأن كل الشخصيات ليست واحدة ولا تفكيرها واحد، فالبعض رومانسي، والبعض اجتماعي ولكل شخصية طريقتها في التفكير، مع تقديمها بصورتها الطبيعية بكل مشاكلها التي تواجهها منذ طفولتها إلى أن تصل لمرحلة الشيخوخة .

-تقويم الفتاة اجتماعيًّا ونفسيًّا وتعليميًّا وتعويدها على كيفية إبداء الرأي والدفاع عنه بالتفكير المنطقي وبالإقناع .

- أن تعكس الأحوال الاجتماعية للفتاة المصرية بكل مشكلاتها مثل مشكلة المراهقة ، علاقة الآباء بالأبناء، مشكلات الفتاة البدوية ، مشكلات الطلاق وعلاقة المرأة بأبنائها .

- العمل على توعية الجيل الحالي وتخليصه من حالة الملل والفراغ التي بسببها تذهب الفتاة إلى طرق أخرى لملء الفراغ الذي تحس به مع التركيز على المشاكل التي تهم مجتمعنا مثل الإدمان والمخدرات والأمية والزواج العرفي وختان الإناث وحرمانها من التعليم ، وقضية الاختلاط بين الشباب (عيوبه ، ايجابياته ، سلبياته من

الناحية الدينية والأخلاقية).

- العلم بأننا مجتمع شرقي نقدس العادات والتقاليد وليس هذا عيبًا فنيًا ولا منافيًا للتقدم والازدهار، لذا يجب التخفيف والحد من مناظر الفتيات الخليعات على الشاشة وعدم تقليد الغرب مع التركيز على الأخلاق والفضيلة عكس ما تقدمه لنا الـ (Models) في القنوات التليفزيونية (وهن فتيات شبه عاريات) كما هو الحال في أغنيات الفيديو كليب والإعلانات.

تقديم صورة معبرة عن أحلام وآمال المرأة المصرية ككل، تمثيل كل المراحل العمرية للمرأة على الشاشة حتى تجد كل مرحلة منها ما يتناسب مع أعمارها، فضلا عن عدم إظهار المرأة الصعيدية والفلاحة بكل هذا الجهل الذي تظهر عليه في الدراما

٢- الجهات المسؤولة عن تصحيح الصورة:

بسؤال طالبات الجامعة – عينة الدراسة الميدانية – عن الجهات التي ينبغي عليها القيام بتصحيح صورة كل من الفتاة والمرأة المصرية ككل، من وجهة نظرهن، تظهر لنا النتائج – جدول رقم (٢١).

توزيع الأدوار على النحو التالي:

جدول رقم (٢١)

الجهات المسؤولة عن تصحيح الصورة

الجامعات / الجهات المسؤولة	القاهرة	أكتوبر	المنصورة	قناة السويس	المنيا	الإجمالي	
						ك	٪
المرأة المصرية نفسها	٦١	٦٣	٦٥	٥٨	٥٠	٣٠٥	١٧,٣٪
المجلس القومي للمرأة	٤٠	٥٠	٦٢	٥٤	٤٢	٢٤٨	١٤,٥٪
أجهزة الإعلام عامة	٧٠	٧٠	٧٠	٦٠	٥٦	٣٢٦	١٩,٠٪
المسؤولين عن برامج المرأة	٥٦	٥٠	٦٤	٥٢	٣٦	٢٥٨	١٥,١٪
المسؤولين عن الدراما في التليفزيون	٦٢	٥٨	٦٥	٥٥	٤٧	٢٨٧	١٦,٨٪
الجمعيات النسائية	٣٣	٤٤	٥٧	٤٨	٣٧	٢١٩	١٢,٨٪
أكثر من جهة مما سبق	٩	١٣	٢٣	٢٢	١٠	٧٧	٤,٥٪
الإجمالي						١٧٢٠	١٠٠٪

- جاء دور «أجهزة الإعلام» بصفة عامة في الترتيب الأول من وجهة نظرهن - مقارنة ببقية الجهات وذلك بنسبة (١٩٪).

- يليه فن الترتيب الثاني دور المرأة المصرية نفسها بنسبة (١٧.٧) فهي عليها أيضًا دور من أجل تحسين صورتها الحقيقية التي يجب أن تقدمها لها وسائل الإعلام.

- يليه دور المسؤولين عن الدراما في التليفزيون بنسبة (١٦.٧٪) في الترتيب الثالث فهم لهم دور، بل ودور مهم في اختيار الموضوعات التي تحتاجها المرأة والتي تساعدها على التعلم واكتساب المهارات والتعريف بواقع أدوارها الحقيقية - التي قد تجهلها الكثيرات - وما ينبغي القيام به فعليًّا وما يجب عليها تداركه والابتعاد عنه لزيادة تفعيل مشاركتها في خدمة مجتمعها.

- وكذلك المسؤولون عن برامج المرأة في وسائل الإعلام- وبشكل محدد - فلهم دور عند (١٥٪) من إجمالي العينة من الطالبات.

- وجاء دور المجلس القومي للمرأة في الترتيب الخامس بنسبة (١٤.٤٪)، وكذلك لم تغفل العينة أهمية الجمعيات الأهلية النسائية ودورها الفاعل حيث جاءت في الترتيب السادس بنسبة (١٢.٧٪) في حين ذكرت (٤.٥٪) من إجمالي الطالبات أن هذا الدور يجب أن تقوم به كل الجهات السابقة مجتمعة ء في آن واحد، لدعم المرأة وفي تحسين صورتها.

وكما لاحظنا فإنه ليست هناك جهة واحدة تستطيع منفردة تحمل عب ء تحسين صورة المرأة المصرية، بل أنها عملية مشتركة بين جهات عدة لتقارب نسب توزيع درجات مشاركتها بشكل ملحوظ فيما بينها وأن كان هناك ترتيب في درجات هذه المشاركة وفقًا لطبيعة كل جهة وإمكانياتها الفعلية المتاحة والممكنة للقيام بهذا الدور.

الخاتمة

استهدف هذا البحث التعرف على آراء واتجاهات الفتاة المصرية الجامعية كنموذج واع ممثل للمرأة في وطنها وشريحة مهمة من شرائح الجمهور النسائي، في الصورة التي تقدمها الدراما العربية بالتليفزيون للفتاة الجامعية بصفة خاصة وللمرأة المصرية بصفة عامة ، لتحديد أبرز ملامح هذه الصورة الإيجابي منها والسلبي ، ودرجة تعبيرها عن واقع المرأة الفعلي، فضلا عن قيامها بتحديد أجندة الموضوعات والقضايا التي تهم المرأة والفتاة في مصر الآن ، ويجب على الدراما تناولها والتركيز عليها ، ومقترحاتها لكيفية تصحيح هذه الصورة وتحسينها مع تحديدها للجهات المسؤولة عن ذلك .

وقد أجريت الدراسة الميدانية على ٣٨٤ مبحوثة من طالبات كليات مختلفة (٥١.٦٪ من كليات نظرية) و(٤٨.٤٪ من كليات عملية) في خمس جامعات مصرية هي: جامعة القاهرة ، وجامعة المنيا ، وجامعة المنصورة ، وجامعة قناة السويس ، وجامعه ٦ أكتوبر.

وهي عينة متباينة الخصائص من حيث السن (٥٩.٩٪ من ١٧ لأقل من ٢٠ سنة و ٤٠.١٪ من ٢٠ لأقل من ٢٥ سنة) ، نوع الجامعة (حكومية بالعاصمة وإقليمية وخاصة) ، الاشتراك في أنشطة جامعية وفي اتحاد الطلاب (٧.٣٪) تحرص على المشاركة في اتحاد الطلبة) . ضعف مستوى اهتمامها السياسي من حيث الانتماء لحزب (٩.٤٪) تنتمي لأحزاب و (١٣.٥٪) لديها بطاقة انتخابية يتنوع محل إقامتها (ما بين ريف ٣٨٪ وحضر ٦٢٪) موزعة على ١٩ محافظة مصرية ما بين القاهرة الكبرى ، والوجه البحري والوجه القبلي وسيناء.

وترتيبًا على ما أوضحته الدراسة الميدانية وبعد عرض النتائج ومناقشتها أفادت هذه الدراسة في التوصل إلى العديد من النتائج المهمة:

- تؤكد النتائج ان (٩٩.٢٪) من إجمالي عينة الدراسة تتعرض للدراما ، وأن التعرض ((أحيانًا)) أي بشكل غير محدد بساعات (٦٦.٤٪) وأن كانت أفضل أوقات مشاهدة الدراما العربية التي يقدمها التليفزيون في الفترة المسائية ما بين الخامسة وحتى العاشرة بالنسبة لـ (٦٥.٦٪).

- تحرص عينة الدراسة على مشاهدة جميع الأشكال الدرامية سواء كانت مسلسلات (٢١.٨٪) ، أفلام (٢١.٢٪) ، مسرحيات (١٩.٦٪) ، تمثيليات (١٨.٩٪) ، برامج درامية (١٨.٥٪) تتنوع الموضوعات التي تفضل متابعتها ، من الاجتماعية والدينية ، والخيال العلمي والبوليسية والسياسية .. وكانت أكثر القنوات المصرية المفضلة لمشاهدة الدراما منها (أرضية أو فضائية) على الترتيب : القناة الأولى ، القناة الثانية ، قناة النيل للدراما ، الفضائية المصرية الأولى والثانية، قناة النيل الدولية ثم قناة دريم والمحور من القنوات الخاصة.

- تتابع (٧.٤٪) من إجمالي العينة الأعمال الدرامية المصرية من قنوات فضائية أخرى منها ART (الأفلام) ، أبو ظبي ، MBC ، المستقبل.

- تتنوع دوافع تعرض الفتاة الجامعية – عينة الدراسة – للدراما ما بين دوافع نفعية وهي الحصول على المعلومة (٢٧.٢٪) ، تعزيز القيم (٢٧٪) ، التعلم (٢٤٪)، وما بين دوافع طقوسية بهدف التسلية والاسترخاء وقضاء وقت الفراغ (٢١.٨٪).

- أكدت (٦٢.٧) من الطالبات عدم نجاح الأعمال الدرامية في عكس الصورة الحقيقية للفتاة الجامعية، كما ذكرت (١٢.٦٪) أنه ليست هناك علاقة بين الدراما المقدمة في التليفزيون وواقع المرأة في مصر ؛ لأنها تقدم إما تزييفا للواقع أو صورة بعيدة كل البعد عن الحياة التي تعيشها المرأة المصرية أو تقدم صورة قريبة منه وليست كاملة ولكنها مشوهة. وذلك مقابل نسبة (٧٧.٤٪) من المبحوثات أكدت أن الدراما تعبر إلى حد ما عن واقع المرأة.

- ترى عينة الدراسة أن هناك إهمالًا من الأعمال الدرامية لبعض البيئات في المجتمع المصري منها البيئة البدوية والريفية لذا فمن المهم تقديم أعمال درامية تتناول موضوعات هذه البيئات تحديدًا حتى تجد المرأة المصرية البدوية والريفية نفسها على الشاشة ومن ثم يسهل وصول الرسالة الإعلامية إليها.

- أكدت (٦٠.١٪) من طالبات الجامعة أن الدراما تعكس ((إلى حد ما)) القضايا والموضوعات التي تهم المرأة المصرية فعلا ، مقابل (٢٨.٩٪) وافقت على أنها تقدم قضايا مهمة للمرأة في مصر و(١١٪) ترى أن الدراما لا علاقة لها بالقضايا التي تهم المرأة المصرية الآن.

- وانطلاقًا من أن هناك علاقة متبادلة بين الجمهور والوسيلة وأن له دورًا مهمًا في صنع أجندة وسائل الإعلام تقترح عينة الدراسة أجندة الموضوعات والقضايا التي تهم المرأة في بلادنا وتهم المجتمع المصري كله والواجب التركيز عليها دراميًا مما يعكس مدى وعيها وإحساسها بأهمية الدراما في إعداد المرأة لدورها الواجب القيام به في مجتمعها.

- أهملت الدراسة تقديم المرأة في مرحلة منتصف العمر وكذلك في مرحلة كبر السن على الرغم من أهمية هذه المراحل في حياة كل امرأة ، فهي مراحل العطاء وتوافر الخبرات ، بل وتوافر الوقت من أجل العمل والتواصل مع المجتمع في حين كان التركيز كبيرًا على مرحلة الشباب ومرحلة المراهقة.

- لم توفق الدراما في إبراز وتناول الشخصيات والمهن التي تقوم بها المرأة المصرية في المجتمع والتي أثبتت فيها تميزًا وتفوقًا ملحوظًا. فضلًا عن إهمال ظهور مهن أخرى تقوم بها المرأة فعلًا مثل المتخصصة في العلوم النووية ، وعلوم الفضاء ، وعلوم الكمبيوتر ، الدبلوماسية والقاضية.

- الصورة المقدمة للمرأة المصرية بصفة عامة والفتاة الجامعية المصرية بصفة خاصة في جميع الأعمال الدرامية العربية التي يقدمها التليفزيون هي صورة لا تتوافق مع طبيعة وضعها وتقدير المجتمع لها ، كما أنها لا تتوافق أيضا مع وضع الفتاة المصرية التي تلقى الاهتمام والرعاية على كافة المستويات حتى أنه تم إعلان ٢٠٠٣ عامًا خاصًا بها.

- مازالت الدراما المصرية تقدم المرأة وواقعها بشكل سطحي ولا تقدم أية إضافات حقيقية مؤثرة لتطوير أوضاعها وتحقيق طموحاتها ، وذلك على الرغم من ازدياد مستوى الوعي القومي في مصر بقضايا المرأة وبدورها في المشاركة في عملية تنمية مجتمعها ، وما يتوافر للدراما من أساليب وإمكانيات فنية وإبداعية تمكنها من أن تعكس الأوضاع والمعتقدات السائدة لكونها وسيلة تعبير غير مباشرة تنقل فكر ما بصورة يقبل عليها المشاهد ويتأثر بها.

نخلص من كل ما سبق :

- أن الفتاة المصرية الجامعية مدركة تمام الإدراك لأهمية بل ضرورة تزودها بالعلم واكتساب المهارات، حريصة على التفوق والتميز ، واعية ومدركة لحقوقها الاجتماعية والقانونية والسياسية، وإن كانت نسبة كبيرة منها مازالت

مشاركتها ضعيفة في النشاط الجامعي حتى الآن.

- أن البيئة التي تعيش فيها الفتاة المصرية تعتبر عاملا غير مؤثر على مشاركتها في الأنشطة الجامعية أو على اهتماماتها السياسية، وانتمائها الحزبي أو وجود بطاقة انتخابية حيث كانت طالبات جامعة المنيا (أي في صعيد مصر) الأكثر مشاركة في النشاط الجامعي وفي اتحاد الطلبة وفي الانتماء لأحزاب والحرص على وجود بطاقة انتخابية، مقارنة بطالبات جامعة القاهرة (الموجودة بالعاصمة) والجامعة الخاصة (٦أكتوبر) مثلًا وهو ما يجعلنا نؤكد أن ضعف مشاركة الفتيات في أية أنشطة يرجع أساسًا إلى التنشئة والتربية التي تتلقاها سواء داخل الأسرة والمؤسسات التربوية والتعليمية لذا لابد من توجيه مزيد من الاهتمام بتوجيه وعي الأسرة والمجتمع وحتى الإعلام بقيمة الفتاة المصرية وبدورها الفاعل في مسيرة التنمية وبحقها في الرعاية والاهتمام، مع تدعيم دور كل هذه المؤسسات لبدء العمل معًا من أجل تنشئة الفتاة المصرية المواطنة والمشاركة بحق في خدمة وطنها.

- أصبح تصحيح صورة كل من المرأة والفتاة في مصر أمرًا حتميًا لا جدال عليه ومن ثم لابد أن يتم التخطيط له بدقة لتحديد الأسس والمبادئ والجوانب الواجب الالتزام بها عند إنتاج المواد الدرامية مما يساعد القائم بالاتصال على التعرف على الملامح الصحيحة لصورة جمهوره من النساء والذي سيتناول في أعمال الدرامية والتي لا يجب أن يحيد عنها.

لذا تقترح الباحثة بدء العمل على تكوين ((شبكة صورة المرأة المصرية)) تابعة للمجلس القومي للمرأة هدفها الأساسي تقديم صورة منصفة وحقيقية ((للمرأة في مصر)) وهي شبكة معلومات توفر الأطر الخاصة بالصورة الواجب الالتزام بها ومراعاتها والتركيز عليها لاستخدامها في الإنتاج التليفزيوني من قبل العاملين في مجال الإعلام والدراما كما تختص بمتابعة كل ما يقدم عن المرأة في مصر بمراحلها العمرية المختلفة وبكل فئاتها سلبًا وإيجابًا وتوفير المعلومات ونشرها وتبادل الآراء.. ولتحقيق ذلك يجب على العمل:

- أن يشترك في إعدادها الجمهور النسائي نفسه من خلال استطلاعات الرأي والدراسات الميدانية، المتخصصون في شئون المرأة وقضاياها، الإعلاميون وبالذات العاملين في برامج المرأة وفي الأعمال الدرامية تحقيقًا لأهمية التكامل بين

الإعلاميين والجمهور النسائي في مصر.

- العمل على القيام بمراجعة علمية دقيقة للصور النمطية السائدة للفتاة المصرية وكذلك في كل ما يقدم عنها من خلال تفنيد الصور السلبية أولًا ثم اقتراح صور أكثر إيجابية تقدم الوجه الحقيقي لها وللمرأة المصرية . وتؤكد على إنتاجية المرأة وعلى النماذج الفاعلة في الحياة الاجتماعية.

- الأخذ في الاعتبار أن التغيير لن يتم إلا على أسس علمية سليمة مع البدء أولا بتغيير المناخ الفكري والثقافي السائد عن المرأة ، وبمعرفة كيفية تكوين الصورة وطريقة بنائها والأساس الذي يتم عليه هذا البناء ثم تحقيق التكامل بين جميع الجهات المعنية والمسؤولة عن هذا التصحيح ؛ لأنه ليست هناك جهة واحدة تستطيع منفردة تحمل عبء تحسين صورة كل من الفتاة أو المرأة المصرية، فهي عملية مشتركة بين كل من أجهزة الإعلام ، المرأة المصرية نفسها ، المسؤولين عن الدراما في التليفزيون ، المسؤولين عن برامج المرأة في وسائل الإعلام ، المجلس القومي للمرأة والجمعيات الأهلية النسائية.

- مراعاة البعد القومي في تناول الموضوعات التي تؤثر بالإيجاب على مشاركة المرأة ، بل وتزيد من وعي المرأة بحقوقها وبدورها وبوظيفتها ، مع الاستفادة من أجندة الموضوعات التي تطرحها المرأة نفسها وترى أنها مهمة وضرورية بالنسبة لها ، انطلاقًا من أن هناك دائمًا علاقة متبادلة بين الجمهور وبين الوسيلة تجعله يشارك في وضع أجندة وسائل إعلامه.

مصادر الدراسة ومراجعها:

١- د. ليل تكلا – لماذا المرأة؟ ولماذا الآن؟ جريدة الأهرام، العدد ٤٢٤١٤، ص١٣.

٢- د. محمود يوسف – صورة المرأة المصرية في الأفلام السينمائية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١٠، ٢٠٠١، ص٦٠.

٣- د. ناهد رمزي – المرأة والإعلام في عالم متغير – الدار المصرية اللبنانية، بيروت ٢٠٠١ ص١٦٨.

٤- د.جيهان يسري – الاتجاهات الحديثة في دراسات الصورة الذهنية لشعوب العالم الثالث في الدراما المرئية، بحث مقدم للجنة الترقيات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١، ص٢٠.

٥- المرجع السابق، ص٣.

٦- من كلمة السيدة سوزان مبارك، العدد ٤٢٤٥٢، ص٣٠.

٧- د. نجوى كامل – بحوث الصحافة النسائية في مصر والعالم، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤، ١٩٩٨.

٨- د. نضال حميد الموسوي – قضايا المرأة في المجتمع العربي كما تعكسها الصحافة اليومية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد ٦١ شتاء ١٩٩٨.

٩- هبة السمري – الأعمال الدرامية السينمائية والتليفزيونية للكاتبات المصريات، دراسة تحليلية. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩١.

١٠- د. نادية رضوان – دور الدراما التليفزيونية في تشكيل وعي المرأة، دراسة اجتماعية ميدانية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٧.

١١- د. محمود يوسف ، مرجع سابق.

١٢- أميرة سمير – دور المسلسلات العربية التليفزيونية في إدراك الشباب المصري للمشكلات الاجتماعية. رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠٠١.

١٣- د. جيهان يسري ، مرجع سابق.

١٤- د. ناهد رمزي ، مرجع سابق.

١٥- د. جيهان يسري – دور الشباب الجامعي تجاه القضايا العربية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، أكتوبر ٢٠٠٠ ، ث ٢٦٨.

١٦- أميرة سمير ، مرجع سابق.

١٧- د. محمود يوسف ، مرجع سابق.

المرأة العربية والإعلام في مواجهة تحديات العصر

أ.د. عواطف عبد الرحمن
جامعة القاهرة

عندما أبدع المثال العظيم محمود مختار رائعته تمثال نهضة مصر في هيئة فلاحة تقف إلى جانب أبي الهول فإنه كان يجسد التلازم بين معان ثلاثة أساسية هي الوطن والمرأة والحضارة ، وكأنه كان بذلك يريد أن يقول: إن عزة مصر ونهضتها وحريتها تكمن في امرأة قوية منتجة مرفوعة الرأس .

وإذا كنا نتحدث عن المرأة العربية والإعلام علينا أن نؤكد مجموعة من الحقائق

أولها :أن قضية تحرير المرأة تعد جزءًا عضويا من قضايا تحرير جميع المستضعفين من الرجال والنساء الذين ينتمون إلى الفئات المقهورة طبقيًا واجتماعيا وثقافيا وسياسيا ، وفى مقدمتهم أهالي الريف والبوادي الذين يعانون أساسا من التهميش السياسي والاقتصادي ويضاف إلى ذلك التهميش الثقافي والاجتماعي بالنسبة للمرأة أي الطوق الحديدي الذي شكلته العادات والتقاليد السلفية عبر مئات السنين ، والتي رسخت فكرة النقص الأنثوي ،الهيمنة الذكورية . والوجه الآخر لهذه الحقيقة يتمثل في كون الإعلام جزءا لا يتجزأ من النظام السياسي والثقافي العربي ، ولا يمكن أن نتناوله بمعزل عن هذا النظام.

وهذا يقودنا إلى **الحقيقة الثانية** التي تشير إلى بروز وجهين متناقضين للقضية، فإذا كان لابد أن نعترف بأن هناك تحسنا ملموسًا في أوضاع النساء العربيات خلال النصف الأخير من القرن العشرين خصوصًا في ظل الجهود العالمية التي بذلتها الأمم المتحدة من أجل النهوض بأوضاع النساء ومحاولة إدماج المرأة في تنمية مجتمعاتها والذي تمثل في إستراتيجية نيروبي ١٩٨٥ ، ومنهج العمل

الصادر عن مؤتمر بكين ١٩٩٥ ، وهذا هو الوجه المضيء للقضية ، فإن الوجه المعتم يشير إلى أن معظم الأهداف الواردة في وثائق هذه المؤتمرات لم تتحقق فلا تزال النساء العربيات محرومات من معظم حقوقهم المدنية والثقافية والاقتصادية فإذا كانت نسبة التعليم تتراوح ما بين ٣٥٪ إلى ٥٠٪ بين النساء العربيات، فإن نسبة الأمية تتراوح ما بين ٤٠٪، ٨٨٪ ولا يزال ٧٠٪ من البنات في سن التعليم خارج المدرسة كما أن مناهج التعليم تكرس التقسيم التقليدي لأدوار المرأة والموروث الثقافي الذي يعزز فكرة النقص الأنثوي، وتشكل النساء نسبة تتراوح بين ١٠٪، ٤٠٪ من قوة العمل العربية ولكنها محصورة في القطاع الزراعي والخدمي وتفتقر إلى الضمانات التأمينية في كثير من الدول العربية والنساء العربيات أول ضحايا البطالة . هذا ولا تزيد نسبة مشاركة المرأة العربية في المؤسسات التشريعية عن ٤٪ بينما تزيد في الدول النامية عن ١١٪، ورغم أن المرأة العربية شاركت في جميع معارك التحرر الوطني والمقاومة ضد الغزو الأجنبي في مصر وسوريا والجزائر وفلسطين وعدن وجنوب لبنان .. إلا أن مشاركتها في مواقع صنع القرار لا تزال محدودة إذ لا يزيد عدد الوزيرات عن ١٠ وزيرات من ٦٠٠ وزير في الوطن العربي.

وهنا لنا وقفة .. علينا أن نتذكر دوما أن المرأة العربية كانت سندا ورفيقا للثوار في ثورة المليون شهيد في الجزائر، كما كانت حارسة أمينة للثوابت العربي الإسلامي على امتداد ١٣٠ عامًا في مواجهة محاولات الفرنسية وقطع اللسان العربي ومحو الذاكرة القومية .

وفى فلسطين ظلت المرأة العربية على امتداد أجيال تزور ميادين المقاومة بآلاف الشهداء منذ هبة البراق ١٩٢٩ وانتفاضة القسام ١٩٣٥ والثورة الفلسطينية ١٩٣٥ والثورة الفلسطينية الكبرى ١٩٣٦ وحرب ١٩٤٨ .. وبعد اغتصاب الوطن الفلسطيني وإقامة الكيان الصهيوني ظلت تواصل دورها الخالد في المنافي تزود ساحة النضال بمزيد من الشهداء ، تنجب وتربي وتدفع بسخاء بفلذات أكبادها فداء للوطن.

وفي الجنوب اللبناني كانت المرأة اللبنانية نموذجًا يحتذى في مواجهة الغطرسة الصهيونية وأعطت الدرس لجميع نساء العالم صمودًا وفداء واستمرارية وفي

العراق لا تزال المرأة العربية صامدة شامخة في مواجهة الحصار الظالم للوطن الشقيق على مدى عشر سنوات.. وفي السودان قاومت المرأة السودانية جنبًا إلى جنب مع الرجل كافة أشكال السيطرة الأجنبية ومحاولات تمزيق الوطن إلى شمال وجنوب.. وتتوالى صور الصمود والاستبسال من جانب المرأة العربية في ليبيا واليمن وسوريا ودول الخليج تحاول أن تفك أسر التركة التاريخية من الموروثات البغيضة التي تحاصر عقلها وإرادتها تحت مسميات وحجج عديدة.

ورغم التعديلات التي طرأت على قوانين الأحوال الشخصية مما يضمن للمرأة العربية توفير حماية أكبر وحقوق أوسع إلا أنها لا تزال تعاني من بعض الزوجات وحضانة الأطفال ولا تزال محرومة من منح جنسيتها لأبنائها ، وتعاني معظم النساء العربيات في الحضور والريف والبادية في شتى أشكال العنف المادي والمعنوي الذي يمارس ضدهن سواء داخل الأسرة في أماكن العمل أو في الأماكن العامة مما يعد انتهاكًا صارخا لحقوق الإنسان.

ويضاف إلى ذلك الآثار السلبية لسياسيات التكيف الاقتصادي الهيكلي من تفاقم المديونية واتساع الفجوة التكنولوجية بين العالم العربي والدول الصناعية المتقدمة في ظل غياب التعاون العربي مما أدى إلى بروز صراع الأدوار بين أعضاء الأسرة العربية إناث وذكور وتفكك العلاقات الأسرية وانتشار ظاهرة الطلاق بكل مترتباتها الحادة على تنشئة الأجيال حيث توارث القيم الأخلاقية واكتسحت منظومة القيم الاستهلاكية المصاحبة للعولمة في طريقها العديد من الجوانب الإيجابية التي تميز بها التراث العربي الإسلامي مثل قيمة العمل والتضامن الأسري واحترام كبار السن وتقديس الأبوة والأمومة.

ويصبح السؤال المطروح ماذا قدمت المرأة العربية للإعلام؟

لقد كانت المشاركة النسائية في الصحافة العربية أسبق من كل الميادين فمنذ نهايات القرن التاسع عشر احتلت الصحافة النسائية موقعها على ساحة العمل الإعلامي المصري حيث برزت هند نوفل في مجلة الفتاة ١٩٨٢ ولبيبة هاشم في مجلة النهضة النسائية ١٩٠٦ ثم بلسم عبد الملك في (المرأة المصرية) وتفيدة علام في (أمهات المستقبل) ومنذ عام ١٩٠٨ توالت أسماء الكاتبات والصحفيات جميلة حافظ وفاطمة نعمت راشد ومي زيادة ثم جميلة العلايلي ووداد سكاكيني

وأسماء فهمي وسهير القلماوي وبنت الشاطئ وأمينة السعيد.

وقد تزايدت المشاركة النسائية في الإعلام العربي على امتداد العقود الثلاثة الماضية وأصبحت نسبة الإعلاميات العربيات تتراوح ما بين ٢٤٪ في اليمن و٣٠٪ في مصر و١٧٪ في البحرين و٢٥٪ في كل من سوريا وتونس كما تبوأت المرأة العربية العديد من المواقع القيادية في الإعلام المرئي والمسموع وفي رئاسة تحرير الصحف في كل من مصر والعراق والجزائر والمغرب وتونس وسوريا والسودان والكويت وليبيا واليمن. هذا علاوة على العديد من الأسماء التي برزت في مجال الإعداد والإخراج والدراما الإذاعية والتليفزيونية مثل أنعام محمد علي وملك إسماعيل وآمال فهمي وفتحية العسال يضاف إليهم الكثيرات في الصحافة المكتوبة أمثال بهيرة مختار وسناء البيسي وإقبال بركة وسكينة فؤاد.

في ضوء هذا الواقع العربي الزاخر بالإنجازات والتحديات والمتناقضات والذي يشهد تصاعد ثقافة الصورة وفقدان مؤسستي الأسرة والمدرسة لوظائفها في ظل العولمة التي تسعى من خلال الفضائيات وشبكات المعلومات إلى توحيد العالم من خلال تنميط الأذواق وبرمجة البشر في منظومة ثقافية ترسخ النزعة الاستهلاكية وتنشر قيم الفردية والروح النفعية لصالح السوق العالمية والأسواق المحلية.

في ضوء كل ذلك تبرز الإشكالية الخاصة بموقف الإعلام العربي من قضايا المرأة ويصبح السؤال المطروح ماذا قدم الإعلام للمرأة العربية وهل يسعى إلى تغيير أوضاعها المتردية أم يكتفي برصد الواقع النسائي بسلبياته وإيجابياته أم يسعى متعمدًا إلى الترويج لمنظومة القيم الاستهلاكية من خلال استغلال المرأة في الإعلانات والدراما على حساب التراث القيمي والثقافي العربي؟

يشير المشهد الراهن إلى وجود أربع تيارات فكرية تتحكم في السياسات الإعلامية العربية تجاه المرأة وقضاياها وهي التيار السلفي التقليدي الذي يستمد مشروعيته من الموروثات الثقافية والتفسير الذكوري للأديان الذي يرفع من شأن الرجل على حساب المرأة والتيار الاجتماعي التحرري الذي يرجع إلى دعوات الرواد أمثال: رفاعة الطهطاوي ،وقاسم أمين، والطاهر حداد ، وخير الدين التونسي ، وعبد الرحمن الكواكبي ، الذين طالبوا بتحرير المرأة

ضمن حركة الإحياء القومي والتيار النسوي الوافد من الغرب الذي يحصر نضال المرأة في أطر معزولة عن حركة المجتمع ويدعو إلى تحطيم النظام الأبوي ثم التيار العولمي الذي يستفيد من المرأة كعنصر استهلاكي ومادة إعلانية جذابة وكقوة عمل رخيصة غير مؤمنة.

لقد انعكست هذه التيارات على مواقف الإعلام العربي من المرأة ولا تزال الغلبة للتيار السلفي التقليدي ويستثمر مقولاته ويكرسه التيار العولمي أما التيار الاجتماعي التحرري الذي يعبر عن نفسه في التيارات المعاصرة التي تنادى بضرورة تمكين المرأة من الحصول على حقوقها المجتمعية من خلال إدماجها في كافة الأنشطة السياسية والاقتصادية والثقافية لا يزال هذا التيار يجاهد كي ينتزع لنفسه موقعا لائقًا في الإعلام المقروء والمرئي والمسموع.

قضايا المرأة العربية في الإعلام:

عندما نتأمل حصاد الدراسات التي أجريت عن مواقف الإعلام المقروء والمرئي والمسموع من قضايا المرأة العربية تطالعنا هذه الحقائق:

١- تركز وسائل الإعلام على مجموعة من القيم التراثية التي تؤكد على مشروعية التمايز الاجتماعي والثقافي بين الجنسين باعتباره من الأمور الطبيعية التي لا تقبل الجدل ويؤكد ذلك العديد من الشواهد التي تتمثل في ترسيخ الصور السلبية عن المرأة ككائن جنسي يتسم بالأنانية والتردد والسلبية بالإضافة إلى استخدامها كأداة وكرمز للجنس في الإعلانات حتى وإن لم تكن لها علاقة بالسلع المعلن عنها.

٢- ينحاز الإعلام العربي للصور والأدوار التقليدية للمرأة ويحاول أن يحصرها في ثلاث صور متكررة: الأم المعطاءة، والزوجة الخاضعة ،والابنة المطيعة ، كما لا يكف عن تحريضها على تقليد النماذج النسائية الأمريكية والأوربية.

٣- ينحاز الإعلام العربي للأسر الغنية والشرائح العليا من الطبقة الوسطى من سكان المدن ويتجاهل نساء الريف والبوادي إلا في الجرائم وأزمة الشغالات.

٤- تركز وسائل الإعلام العربية على مراحل معينة في حياة المرأة (من سن ٢٠ - ٤٠ عامًا) أي من الخصوبة فتولى عناية فائقة للمرأة كزوجة وكأم أما أدوارها وحقوقها في مرحلة الطفولة والمراهقة والشيخوخة فلا تكاد ما تستحقه من اهتمام.

٥- يركز الإعلام العربي على نجوم المجتمع من الفنانات والرياضيات والدبوماسيات ونساء الحكم ويتجاهل هموم ومشكلات آلاف النساء من المحاميات والطبيبات والموظفات وربات البيوت والباحثات والفلاحات والعاملات.

٦- لا يطرح الإعلام رؤية متوازية لأدوار وظائف ومسؤوليات وحقوق المرأة والطفل والرجل داخل الأسرة العربية بل يتجاهل الإشارة إلى واجبات ومسؤوليات الرجل ويركز على المسؤوليات والواجبات التقليدية للمرأة ويتعامل مع الطفل باعتباره حلية كمالية داخل الأسرة وليس باعتباره مشروعًا مستقبليًا للمواطن العربي.

٧- تتميز السياسات الإعلامية بالانتقائية والتحيز ضد الإناث ويبرز هذا بوضوح في أسلوب الحوار سواء في الأعمال الدرامية أو برامج المنوعات عبر شاشات التليفزيون حيث يتم توظيف تراث الحكم والأمثال والقصص الشعبي في إعادة إنتاج الصور التقليدية للعلاقات بين الرجل والمرأة وبينهم وبين أطفالهم.

٨- تستضيف التليفزيونات العربية سواء في القنوات الفضائية أو الأرضية مجموعة من الشخصيات غير المتخصصة في قضايا المرأة والأسرة ولكن تجيزها الرقابة وتسمح بها علاقات المصالح مما يؤدي إلى استبعاد وتهميش الكفاءات الجادة والقادرة على طرح رؤى نقدية للواقع النسائي السائد وإمكانية تغييره إلى الأفضل والأكثر عدالة واستثارة علاوة على الملل والإحباط الذي يصيب جمهور المشاهدين والمستمعين نتيجة تكرار هذه الوجوه وإفلاسها الفكري والثقافي.

٩- تتجاهل وسائل الإعلام العربية الاحتياجات الثقافية والاتصالية للجماهير النسائية في الريف والحضر والبوادي فلا تخصص إلا نادرًا بريد

للقارئات أو برامج للمستمعات والمشاهدات، كما لا تنظم بصورة كافية حملات إعلامية للتوعية الصحية والبيئية أو الثقافية الأسرية للقطاعات النسائية المحرومة من هذه الخدمة.

١٠- يركز الإعلام على الأدوار الاستهلاكية للمرأة والطفل مستخدما الإعلانات والأعمال الدرامية التي يتم توظيفها لإعلاء صوت الاستهلاك والفردية والإثراء السريع والقيم الريعية سواء في أعياد الميلاد أو الزواج أو الوفاة مما يغرس أنماطًا من السلوك الاستفزازي لدى الجمهور المتلقي.

هذا وتشير الدراسات إلى افتقار معظم الإعلاميات العربيات إلى الوعي الثقافي والمجتمعي مما أدى إلى إسهامهن بوعي أو بدون وعي في إعادة إنتاج القيم المعوقة للتطور. وقد لوحظ أن السياسات الإعلامية الخاصة بالمرأة والأسرة لم يطرأ عليها أية تغييرات إيجابية من خلال القيادات النسائية في حقل الإعلام، كما لوحظ أن القيادات الإعلامية الذكورية لا تملك تصورًا محددًا إزاء قضايا المرأة إذ يتأرجحون بين الاتجاهات التقليدية السلفية التي تؤمن بالموروثات التاريخية وفكرة النقص الأنثوي وسيطرة النمط الأبوي الذكوري وبين الاتجاهات المتغربة الوافدة وقليل منهم يتبنى الاتجاه الاجتماعي المستنير ، وينعكس هذا الخليط الفكري في صورة تناقضات يعاني منها الإعلام الخاص بالمرأة والأسرة العربية.

هذا ويشير المشهد الإعلامي العربي الراهن إلى أن موضوعات المرأة تأتي في ذيل القائمة الإعلامية بعد الموضوعات السياسية والرياضية والفن والأدب والجريمة ، كما تقتصر المعالجات الإعلامية إلى التوازن النوعي بين الجنسين في مختلف القضايا التي يتناولها الإعلام العربي حيث لا يتم الاستعانة بآراء النساء إلا بنسبة لا تزيد عن ٧.٥٪.

هموم الإعلاميات العربيات:

تعاني الإعلاميات العربيات من الصور التقليدية السائدة لدى رؤسائهم عن المرأة العاملة في مجال الإعلام إذ يعتبرونها أقل في مستوى القدرات المهنية من زملائها الرجال ؛ ولذلك يفضلون ترشيح الرجال للدورات التدريبية وللسفر

للمؤتمرات الدولية وللمناصب القيادية ، ولا شك أن كثرة الضغوط النفسية والمهنية وعدم التشجيع يصيب الإعلاميات بالإحباط والسلبية ، هذا من جانب بيئة العمل الإعلامي ، أما من جانب مؤسسة الأسرة فالعمل الإعلامي والصحفي على الأخص يتطلب قدرا من التفرغ والحركة مما يتعارض مع المسؤوليات الأسرية للإعلاميات والتي لا يزال الرجل معني منها تمامًا داخل المنزل ، أما من جانب المجتمع فلا تزال شرائح اجتماعية عديدة في المجتمعات العربية تنظر إلى عمل الإعلامية والصحفية نظرة غير لائقة مما يخلق صراعات مستمرة بين الإعلاميات ومنظومة القيم الاجتماعية السائدة مما يستلزم ضرورة تغيير أجندة المسؤوليات الاجتماعية والأسرية الملقاة على عاتق النساء عموما والإعلاميات على وجه الخصوص ، ويتطلب تغيير هذه الأجندة ضرورة مشاركة كافة الأطراف المعنية ويأتي في مقدمتهم الرجل الذي يتمتع بامتيازات تاريخية متوارثة ويستحيل أن يتنازل عنها بمجرد الإقناع أو الاقتناع النظري ، بل لابد أن يرتبط ذلك بمصالحة وراحته وكينونته والطرف الثاني المجتمع بكافة مؤسساته الاجتماعية والسياسية والتعليمية والاقتصادية والثقافية فقبل أن نطالب بتحرير المرأة العربية وصورتها الإعلامية التقليدية علينا أن نهيئ المناخ العام لتحقيق ذلك وأعني بذلك خلق المؤسسات القادرة على تفعيل الفكر المستنير في الأديان والثقافات المعاصرة والتراثية والكفيلة بتحقيق المهام التالية:

١- تغيير السياسات السائدة والتي تقوم على أساس التمييز بين الجنسين في مجالات التعليم والعمل والمشاركة السياسية والإعلام.

٢- تعديل التشريعات القانونية في مجال الأسرة والعمل على متابعة تطبيقها فعليا بما يكفل للمرأة فرصا متكافئة في المسؤوليات والأجر والتدريب والترقي.

٣- خلق مؤسسات معاونة للإسهام في حمل مسؤولية تربية الأطفال وإدارة شؤون الأسرة مثل حضانات ودور للمسنين ومطاعم ومغاسل عامة.. الخ.

٤- إدخال مقررات تعليمية في التعليم النظامي والجامعي عن مؤسسات الأسرة وأدوارها وحقوق ومسؤوليات أفرادها تعمل على بث الوعي لدى الجنسين وتسعى لترسيخ قيمة المشاركة والمسؤولية الجماعية لدى كافة الأطراف داخل الأسرة وخارجها.

٥- تغيير صورة المرأة في مناهج التعليم وفي البرامج الإعلامية والكتابات الصحفية بما يحقق التوازن بين مسؤولياتها وانجازاتها الفعلية داخل المنزل وخارجه مع مراعاة تجنب المبالغة في التركيز على الأدوار التقليدية وعدم تهميش الانجازات المهنية والمجتمعية للمرأة.

٦- ضرورة إدراج الأعمال المنزلية للمرأة ضمن عائد الإنتاج القومي.

٧- ضرورة تغيير أجندة تحرير المرأة فلا تقتصر على المطالبات (مطالبة المجتمع ومطالبة الرجال) بل السعي لإرساء سياسات للتوعية المجتمعية لكل من الرجال والنساء.

والسؤال المطروح... ما العمل؟ كيف نستطيع تغيير صورة المرأة العربية في الإعلام وخلق وعي حقيقي بقضاياها ومشاكلها مرتبطا بمشكلات الواقع العربي الراهن والتحديات التي يواجهها في حقبة العولمة؟ وكيف نتوصل إلى إرساء سياسات إعلامية منصفة ومتوازنة تجاه قضايا المرأة العربية وإشكاليتها سياسات إعلامية تأخذ في الاعتبار المسؤوليات العديدة التي تتولاها المرأة داخل وخارج المنزل ولا تغفل الإنجازات الفعلية التي حققتها المرأة في مجالات التعليم والإنتاج والإبداع الفني والثقافي العلمي وتبرز العوائق الفعلية التي تحول دون إطلاق طاقات المرأة مثل تركة الموروثات الثقافية والاجتماعية وقوانين الأحوال الشخصية والأمية والفقر والبطالة وتراعى طرح آراء المرأة في كافة القضايا المجتمعية التي يهتم بها الإعلام في السياسة والاقتصاد والفن والأدب والثقافة والإبداع.

إن الإعلام البديل الذي تتطلع إليه هو الإعلام الذي يتميز بالطابع التربوي والتعليمي ويأخذ بالمنظور النقدي ويستهدف تغيير وجهات النظر التقليدية السائدة حول قضايا المرأة العربية ويطرح رؤية نقدية تصعد أمام الإعلام التجاري وتكشف مساوئه، ودوره في تزييف وعي الجمهور بوضعية المرأة وأدوارها.. ومن أجل تحقيق هذا الهدف تبرز مجموعة من الضرورات أوجزها على النحو التالي:

١- ضرورة الوعي بوضع إستراتيجية قومية للإعلام عن المرأة والأسرة

العربية تحدد الأولويات والسياسات والبرامج التنفيذية في مجال الإعلام المقروء والمرئي والمسموع تجاه قضايا المرأة والأسرة العربية وتستهدف إزالة كافة المعوقات التي تحول دون الاستفادة من التطور العلمي والتكنولوجي في مجالي الاتصال والمعلومات من أجل ترسيخ منظومة القيم الإيجابية القادرة على تطوير الأدوار الاجتماعية والثقافية للأسرة العربية في مواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تطرح حقبة العولمة.

٢- ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام العربية المطبوعة والمرئية والمسموعة من ناحية ومراكز البحوث والجامعات وكافة الهيئات الرسمية والأهلية المعنية بقضايا المرأة والأسرة العربية للإسهام في تطوير البرامج الدرامية ووضع ضوابط أخلاقية للإعلانات التي تتناول القيم الأسرية.

٣- ضرورة إلتزام القيادات الإعلامية العربية بمراعاة الوظيفة الاجتماعية والثقافية للإعلام وأدواره الحيوية في تشكيل الوعي الصحيح عن الواقع المجتمعي بكل ما يحويه من موروثات ثقافية وتحديات اجتماعية وطموحات إنسانية عادلة.

٤- ضرورة الاهتمام بإعداد برامج تدريبية وتثقيفية للإعلاميين والإعلاميات العرب للنهوض بمستويات الوعي والأداء الإعلامي في مجال المرأة والأسرة.

وفي النهاية أختتم كلمتي بالتوجه إلى جميع النساء والرجال المنتمين إلى الوطن العربي للسعي بإخلاص وجدية لإزالة كافة المعوقات التي تحول دون نهوض مجتمعاتنا إلى المستوى اللائق بها وذلك بالعمل الدؤوب لنشر الفكر العقلاني وترسيخ قيمة الانتماء للوطن العربي الكبير والسعي بإخلاص لإزالة تركة الموروثات التاريخية والقانونية التي تحاصر الجماهير العربية نساء ورجال والتي تهدر الطاقات والمواهب العربية وتسطح الوعي وتلهث وراء الأوهام الاستهلاكية.

نحو إستراتيجية إعلامية بديلة
عن المرأة المصرية

أ.د. عواطف عبد الرحمن
كلية الإعلام – جامعة القاهرة

ثمة تغيرات جوهرية لا يمكن إغفالها طرأت على الواقع النسائي العربي خلال الخمسين سنة الماضية تمثلت في العديد من الجهود الحكومية وغير الحكومية للنهوض بأوضاع المرأة العربية في أطر التغيرات السياسية ، والاقتصادية . والاجتماعية والثقافية التي شهدتها المجتمعات العربية المعاصرة ؛ إذ لا يمكن إغفال الزيادة المضطردة في نسبة الفتيات المتعلمات ونسبة النساء العاملات في الوطن العربي كله . غير أن هذه الزيادة الكمية الملحوظة سواء في عدد النساء المتعلمات أو العاملات ليست في حد ذاتها دليلا على التغيير الجوهري في الوضع الاجتماعي للمرأة أو قرينه على تحررها الشامل بصورة حقيقية ، فما زالت المرأة العربية تواجه كثيرا من العقبات التي تحول دون انطلاقها بكامل قدراتها ومواهبها للمشاركة في صياغة شكل المجتمع العربي و علاقاته .

ومن الثابت أن قضية تحرير المرأة ليست مجرد قضية نظرية يمكن تناولها في إطار التوجهات السياسية والأيدولوجية لتحديث المجتمعات العربية فحسب، بل يلاحظ تميزها وخصوصيتها النوعية مقارنة بسائر القضايا المجتمعية الأخرى مثل قضايا الاستقلال السياسي أو التحرر الاقتصادي أو القرارات الثقافية فهي قضية تتشابك مع كل هذه القضايا وتتفرد بسمات نوعية ذات جذور تاريخية تتعلق بالنسق الثقافي والقيمي وتقسيم العمل والأدوار الاجتماعية بين الرجل والمرأة واستمرارية ورسوخ الأعراف وتأثير الأديان ، والتقاليد التي تكرس دونية المرأة اجتماعيا وقصورها عقليًا ولذلك يلاحظ أنه مهما يكن من تأثير الدعوات الفكرية على خلخلة نسق القيم التقليدي المسيطر في المجتمعات العربية ، فإن العامل الحاسم في تغيير وضعية النساء يكمن في التغييرات الجوهرية التي لا بد أن تتناول البنى التحتية للمجتمعات العربية بكل مكوناتها

المادية المعاصرة والموروثة.

وفي إطار التسليم بالأدوار الحاسمة التي تؤثر بها كل من المنظومة التعليمية والثقافية والإعلامية في تشكيل النسق الثقافي والقيمي السائد في المجتمعات العربية يبرز الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والسياسات المرتبطة بها لأسباب كثيرة تتمثل في قدراتها الهائلة في التأثير المستمر والمتعدد الأبعاد على مختلف الشرائح الاجتماعية المتعلقة والأمية علاوة على ما تتميز به وسائل الإعلام من طبيعة مزدوجة تساعد على نشر وترويج الأفكار والقيم المتناقضة في آن واحد فهي تساعد على تغيير القيم والعادات والمفاهيم التقليدية فتسهم بذلك في خلق أشكال جديدة من الوعي أو تعمل على تثبيت وتعميق القيم والرؤى التقليدية فتسهم عندئذ في تزييف وعي الأفراد بواقعهم وذواتهم وأدوارهم الحقيقية.

وفي ضوء هذه الحقيقة تبرز الإشكالية الخاصة بموقف الإعلام في قضية تحرير المرأة العربية ، وهل يقوم الإعلام بدور إيجابي في دفع قضية المرأة إلى الأمام أم يكتفي برصد واقعها الراهن بسلبياته وإيجابياته ، أم يسعى متعمدًا إلى تكريس أدوارها التقليدية متجاهلًا إنجازاتها في مجالات التعليم والعمل والإبداع الفكري والفني.

إن التصدي لمعالجة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل صورة المرأة العربية المعاصرة لابد أن يندرج ضمن سياق الدور الذي تقوم به هذه الوسائل في تشكيل النسق القيمي والثقافي السائد في المجتمعات العربية وهذا بدوره يستلزم ضرورة تناول الإعلام وعلاقته بالمرأة العربية من خلال الأطر الفكرية ، والنظام القيمي السائد في الوطن العربي في سياق التطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي طرأت على الواقع العربي وعلى الأخص خلال حقبتي السبعينيات والثمانينات يسود المجتمعات العربية نمطان بارزان من العلاقات والقيم الاجتماعية يتمثل أولهما في النمط التقليدي الذي يقوم على توازن العصبيات المحلية لا وجود حقوقي أو سياسي للمواطن الفرد سواء كان رجلا أو امرأة خارج إطار العصبية القائم على العائلة والعشيرة . ويعبر هذا النمط عن نظام تقسيم العمل الاجتماعي الذي تتميز به المجتمعات غير الصناعية ويتفاوت بين كل من البيئات البدوية والزراعية في الوطن العربي حيث يلعب الرجل دور المنتج والمقاول والفلاح في علاقة مباشرة مع العالم الخارجي

في حين تنكفئ المرأة داخل الأسرة كعنصر استهلاكي ، وينفرد الرجل داخل هذا النمط بالأولوية ضمن نظام القيم السائد حيث تشكل المرأة أحد المحرمات المقدسة ، وقد رسم هذا النمط التقليدي من العائلات الاجتماعية للمرأة العربية حدود فعلها الاجتماعي بحيث انحصر دورها داخل الأسرة وتمحورت صورتها حول المرأة الأم والأخت والزوجة والابنة.

ويتجسد ثانيًا في النمط الأوروبي الوافد الذي بدأ يتغلغل في البلاد العربية في نهاية القرن الثامن عشر واتخذ إشكالا تاريخية متباينة ومتنوعة عبر الاحتكار السياسي والاقتصادي والعملي في إطار محاولات الدول الأوربية الكبرى للسيطرة على الإمبراطورية العثمانية التي كنا جزءًا منها حتى أوائل هذا القرن.

وأفرد هذا الاحتكار نظامًا قيميا وافدًا انعكس على شتى المستويات السياسية والاقتصادية والفكرية والتربوية ، كما حدد الصراع المستمر بين هذين النمطين مسار كل من المرأة والرجل العربي ضمن السياق المجتمعي العام الذي خصصت له المجتمعات العربية منذ نهاية القرن التاسع عشر حيث أصبح الصراع سافرًا بين نمط غربي وافد تغلغل داخل النسيج الثقافي والاجتماعي العربي وحمل معه العالم الحديث والتكنولوجيا المتقدمة في إطار غزو سياسي اقتصادي ثقافي شامل في مواجهة نمط تقليدي يدافع عن مصالحه السياسية وهويته الثقافية ولا يستطيع تجاهل التفوق العلمي والتكنولوجي الذي يتميز بهما الغرب . وقد اتخذت المواجهة بين هذين النمطين أشكالا متعددة اختلفت باختلاف المراحل التاريخية التي مر بها العالم العربي ، وعبرت عن نفسها سياسيا في تراث حركة التحرر الوطني العربية التي انتزعت بعض المكاسب السياسية الشكلية وتمثلت في الاستقلال الوطني وبقيت الهيمنة الاقتصادية الغربية وإن تدثرت بأثواب معاصرة واستمرت المواجهة محتدمة على الجبهة الثقافية.

وقد انعكس هذا الصراع بصورة مباشرة على قضية المرأة العربية باعتبارها أحد المحكات التي تتميز بشفافية خاصة داخل النسق الثقافي والقيمي السائد . وأسفر هذا الصراع عن بروز ثلاث اتجاهات رئيسية مازالت تتعايش وتتصارع حتى الآن في مواجهة جادة لم تحسم فصولها بعد إزاء مختلف القضايا الحياتية المعاصرة وفي قلبها قضية المرأة في الوطن العربي.

المرأة المصرية والإعلام:

في إطار التسليم بالأدوار الحاسمة التي تؤثر بهياكل المنظومة التعليمية

والثقافية والإعلامية في تشكيل النسق الثقافي والقيمي السائد في المجتمعات العربية وفي قلبها المجتمع المصري يبرز الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والسياسات الموجهة له لأسباب كثيرة تتمثل في قدرتها الهائلة على التأثير المستمر والمتعدد الأبعاد على مختلف الشرائح الاجتماعية المتعلقة والأمية في الريف والحضر علاوة على ما تتميز به وسائل الإعلام من طبيعة مزدوجة تساعد على نشر وترويع الأفكار والقيم المتناقضة في آن واحد فهي تساعد على تغيير القيم والعادات والمفاهيم التقليدية فتسهم بذلك في خلق أشكال جديدة من الوعي أو تعمل على تثبيت القيم والرؤى التقليدية فتسهم عندئذ في تزييف وعي الأفراد ذواتهم وأدوارهم الحقيقية. وفي ضوء هذه الحقيقة تطرح الإشكالية الخاصة بموقف الإعلام من قضايا المرأة وأدوارها وهنا يبرز السؤال المحوري، هل يقوم الإعلام المصري بدور إيجابي في دفع قضية المرأة إلى الأمام أم يكتفي برصد واقعها الراهن بسلبياته وإيجابياته أم يسعى متعمدًا إلى تكريس أدوارها التقليدية متجاهلا إنجازاتها في مجالات الإنتاج والتعليم والمشاركة السياسية والثقافية والإبداع الفكر والفني؟ وتشير الدراسات التي أجريت عن المرأة والإعلام إلى مجموعة من الحقائق نوجزها على النحو التالي:

١ - تتفق وسائل الإعلام المصري والمقروء والمرئي والمسموع في التركيز على الأدوار التقليدية للمرأة كزوجة وأم وربة بيت بينما لا تنال الأدوار الأخرى للمرأة في مواقع الإنتاج والمشاركة الاجتماعية والسياسية والثقافية والإبداعية إلا اهتمامًا هامشيًا . كما تركز السينما والدراما التليفزيونية على ثلاثة أدوار تقليدية للمرأة تنحصر في الزوجة الخاضعة للزوج والحريصة على الاحتفاظ به بأي ثمن والأم المعطاءة والمنحازة للذكور منهم والابنة المطيعة لوالديها ، فضلا عن شيوع نموذج المرأة اللاهثة وراء الثروة أيا كانت مصدرها وبائعة المخدرات والراقصة وفتاة الملاهي الليلية في كثير من الأعمال السينمائية.

٢ - تركيز وسائل الإعلام المصرية على قطاعات محدودة من النساء تتمثل في الشرائح العليا من سكان المدن وتتجاهل في مقابلها نساء الريف والقطاعات الشعبية من نساء الحضر ، وقد أظهرت إحدى الدراسات الحديثة غياب المرأة الريفية عن وسائل الإعلام المصرية ؛ إذ لم تتجاوز نسبة الاهتمام بها في الصحف والمجلات عن ٢.٣٪ كما أن الحالات التي عولجت فيها قضايا المرأة الريفية تم ذلك بصورة بعيدة عن واقعها الحقيقي وفي إطار الجرائم وأزمة الشغالات

وكذلك لم يتجاوز نصيب المرأة الريفية من اهتمام برامج الإعلام المرئي والمسموع ٤٥٪ من مجموع المواد التي قدمت خلال حقبتي السبعينيات والثمانينيات في الراديو والتليفزيون.

٣- تولى وسائل الإعلام المصرية اهتمامًا مبالغ فيه لبعض المهن النسائية على حساب المهن الأخرى مثل اهتمامها بالفنانات والرياضيات وسيدات الأعمال ونساء السلك الدبلوماسي وأنشطة نساء الحزب الحاكم على حساب المعلمات والطبيبات والمحاميات والموظفات والعالمات والباحثات والفلاحات والعاملات.

٤- تتجاهل وسائل الإعلام المصرية بصورة عامة الموضوعات التي تعكس التطور الذي طرأ على وضعية ومكانة المرأة المصرية من خلال إبراز الإنجازات التي حققتها عبر نصف قرن الأخير ، فيلاحظ إهمالها لقضية المشاركة النسائية في الأنشطة السياسية والنقابية والثقافية والإبداعية كما تتجنب الاقتراب من بعض القضايا النسائية الخلافية مثل الأحوال الشخصية والأسباب الاجتماعية للجرائم النسائية خصوصًا الانحرافات الأخلاقية التي غالبًا ما تحدث لأسباب اقتصادية وضغوط اجتماعية تتعرض لها نساء الطبقات الفقيرة بصفة خاصة.

٥- تتجاهل وسائل الإعلام المصرية الاحتياجات الاتصالية للجماهير النسائية في الريف والحضر فلا تخصص إلا في النادر بريد للقارئات أو برامج للمستمعات والمشاهدات. كما لا تحاول تنظيم حملات إعلامية للتوعية الصحية أو البيئية أو السياسية للقطاعات النسائية المحرومة من هذه الخدمات.

٦- افتقار الإعلاميات العربيات إلى الثقافة المجتمعية المعاصرة بصفة عامة وما يتعلق بقضية المرأة بصفة خاصة. ويؤكد ذلك الدراسات التي أجريت عن القائمات بالاتصال والتي أبرزت التناقض الواضح بين صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام العربية وبين الصورة المرتسمة في أذهان الإعلاميات اللاتي يتولين كتابة ونشر وإذاعة المواد الإعلامية التي تتشكل منها صورة المرأة بسلبياتها وإيجابياتها . ولا شك أن ذلك يرجع إلى مجموعة من الأسباب وفي مقدمتها الأسلوب الذي يتم به اختبار الجهاز الإعلامي من الصحفيات والإذاعيات المشتغلات في الإعلام النسائي ؛ إذ تبين أن ٢٥٪ يتم فرضهن على صفحات وبرامج المرأة طبقًا لظروف كل وسيلة إعلامية. هذا علاوة على انعدام الفرص للتدريب والاحتكار بالعالم الخارجي من خلال المؤتمرات وذلك بالنسبة

للإعلاميات عمومًا والصحفيات تحديدًا.

٧- تتحكم الانتماءات الفكرية والثقافية للقيادات الإعلامية في الممارسات الإعلامية في مجال إعلام المرأة . وقد لوحظ أن هذه القيادات لا تمتلك تصورًا محددًا إزاء قضايا المرأة فضلا عن تأرجحهم بين الاتجاهات التقليدية السلفية التي تؤمن بالموروثات التاريخية وفكرة النقص الأنثوي وسيطرة النمط الأبوي وبين الاتجاهات المتغربة لوافدة . وقليل منهم يتبنى الاتجاه الاجتماعي المتحرر إزاء قضية المرأة وينعكس هذا الخطاب الفكري في صورة تناقضات يعاني منها الإعلام النسائي في العالم العربي بصورة ملحوظة وفي مصر على وجه الخصوص.

٨- غياب الجمهور النسائي واحتياجاته عن قائمة الأولويات الإعلامية إذ لوحظ أن الإعلاميات لا يمتلكن أي تصور محدد عن الجمهور النسائي الذي يتوجه إليه برسائلهن الإعلامية ويؤكد ذلك ما جاء على لسان القائمات بالاتصال ، وكذلك نتائج الدراسات التي أجريت لتحليل المضامين الإعلامية وخصوصًا المرأة الريفية والبدوية والمنتمية إلى القطاعات الشعبية. مما يشير إلى أن الإعلاميات يتخاطبن فقط مع الفئات السياسية التي تتواجد داخل الدائرة الاجتماعية والطبقية للإعلاميات وأيضا اللواتي تتسلط عليهم أضواء المجتمع في العواصم العربية والمراكز الحضرية وحتى هؤلاء لم نجرِ عنهن أية دراسات لتحديد سماتهن وخصائصهن ومشاكلهن الحقيقة . ويرجع ذلك إلى موقف المؤسسات الإعلامية العربية عمومًا من قضية الجمهور وحقوقه الاتصالية ، فلم يحدث أن قامت أي مؤسسة إعلامية بإجراء دراسات للتعرف على الجمهور بصفة عامة وعلى الجمهور النسائي تحديدًا ، بل يتم ذلك في الأغلب بناء على التخمين والانطباعات الذاتية وتصور زائف يسود لدى الإعلاميين مفاده أن ما يفكرون فيه يتطابق مع الاحتياجات والقضايا والهموم الحقيقية للجماهير مما يعكس نوعًا من الوصايا الفكرية عبر المنظومة يمارسها الإعلاميون على الجماهير ويترتب عليها حرمان الجماهير من حقوقهم الاتصالية التي نصت عليها المواثيق والدساتير المحلية والعالمية.

من العرض السابق يتضح ضرورة تغيير أجندة تحرير المرأة فلا تقتصر على المطالبات (مطالبة المجتمع ومطالبة الرجال) بل السعي لإرساء سياسات للتوعية المجتمعية لكل من الرجال والنساء.

والسؤال المطروح .. ما العمل؟ كيف نستطيع تغيير صورة المرأة العربية في الإعلام وخلق وعي حقيقي بقضاياها ومشاكلها مرتبطًا بمشكلات الواقع

العربي الراهن والتحديات التي يواجهها في حقبة العولمة؟ وكيف نتوصل إلى إرساء سياسات إعلامية منصفة ومتوازنة تجاه قضايا المرأة العربية وإشكالياتها سياسات إعلامية تأخذ في الاعتبار المسؤوليات العديدة التي تتولاها المرأة داخل وخارج المنزل ولا تغفل الانجازات الفعلية التي حققتها المرأة في مجالات التعليم والإنتاج والإبداع الفني والثقافي والعلمي وتبرز العوائق الفعلية التي تحول دون إطلاق طاقات المرأة مثل تركة الموروثات الثقافية والاجتماعية وقوانين الأحوال الشخصية والأمية والفقر والبطالة وتراعى طرح آراء المرأة في كافة القضايا المجتمعية التي يهتم بها الإعلام في السياسة والاقتصاد والفن والأدب والثقافة والإبداع .

إن الإعلام البديل الذي نتطلع إليه هو الإعلام الذي يتميز بالطابع التربوي والتعليمي ويأخذ بالمنظور النقدي ويستهدف تغيير وجهات النظر التقليدية السائدة حول قضايا المرأة العربية ويطرح رؤية نقدية تصمد أمام الإعلام التجاري وتكشف مساوئه ودوره في تزييف وعي الجمهور بوضعية المرأة وأدوارها.. ومن أجل تحقيق هذا الهدف تبرز مجموعة من الضرورات أوجزها على النحو التالي:

١- ضرورة الوعي بوضع إستراتيجية قومية للإعلام عن المرأة والأسرة العربية تحدد الأولويات والسياسات والبرامج التنفيذية في مجال الإعلام المقروء والمرئي والمسموع تجاه قضايا المرأة والأسرة العربية وتستهدف إزالة كافة المعوقات التي تحول دون الاستفادة من التطور العلمي والتكنولوجي في مجالي الاتصال والمعلومات من أجل ترسيخ منظومة القيم الإيجابية القادرة على تطوير الأدوار الاجتماعية والثقافية للأسرة العربية في مواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تطرحها حقبة العولمة.

٢- ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام العربية المطبوعة والمرئية والمسموعة من ناحية ومراكز البحوث والجامعات وكافة الهيئات الرسمية والأهلية المعنية بقضايا المرأة والأسرة العربية للإسهام في تطوير البرامج الدراسية ووضع ضوابط أخلاقية للإعلانات التي تتناول القيم الأسرية.

٣- ضرورة إلتزام القيادات الإعلامية العربية بمراعاة الوظيفة الاجتماعية والثقافية للإعلام وأدواره الحيوية في تشكيل الوعي الصحيح عن الواقع المجتمعي بكل ما يحويه من موروثات ثقافية وتحديات اجتماعية وطموحات إنسانية عادلة.

وسعيًا لتفعيل هذه الإستراتيجية وتوظيف وسائل الإعلام في النهوض بالمرأة المصرية من خلال إبرازَ الصورة الإيجابية لدورها الفعال في الأسرة والمجتمع نقترح ما يلي:

١- دعوة وسائل الإعلام المقروء والمرئي والسمعي لإرساء سياسة إعلامية تتضمن إعداد برامج مدروسة تراعى التوازن في عرض الأدوار والإنجازات والمسؤوليات الاجتماعية والثقافية لكل من الرجل والمرأة بهدف تشكيل رؤية مجتمعية منصفة لأدوار المرأة المصرية ومسؤولياتها الفعلية.

٢- دعوة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة لتقديم برامج ومواد إعلامية عن قضايا المرأة واهتماماتها في مختلف مراحلها العمرية وإدراجها في جميع الأشكال البرامجية (الأخبار - المنوعات - الدراما) وعدم قصر ذلك على البرامج والأبواب المخصصة للمرأة.

٣- تشجيع مراسلي الصحف في القرى والمحافظات على تغطية شؤون المرأة وقضاياها وهمومها في المحافظات المختلفة.

٤- دعوة الإعلاميين للاستفادة بالبحوث العلمية المتعلقة بالمرأة والتي تصدرها الجامعات.

٥- دعوة المؤسسات الإعلامية لإعداد استطلاعات للرأي للتعرف على احتياجات الجمهور النسائي في الريف والحضر وتوفير قاعدة معرفية متكاملة عن المرأة المصرية في مختلف القطاعات والمهن والشرائح الاجتماعية.

٦- تنظيم دورات تدريبية وحلقات نقاشية للصحفيين والمذيعين والمعيدين والمخرجين لتنمية وعيهم بقضايا المرأة في مواقع العمل الفعلية.

٧- تنظيم حلقات نقاشية مع القيادات النسائية في المجال الإعلامي لمناقشة المشكلات الحقيقية للمرأة بهدف تطوير أدائهن الإعلامي وتحسين صورة المرأة في وسائل الإعلام.

٨- بحث إنشاء دبلوم إعلامي متخصص في الإعلام النسائي بالمؤسسات الأكاديمية.

٩- ضرورة إنشاء وحدة للرصد الإعلامي بالمجلس القومي للمرأة تتولى متابعة ما ينشر ويذاع ويبث عن المرأة المصرية وتعمل على تحليله وتقويم محتوياته وتصحيح ما قد يرد بالصحف والإعلام المرئي والمسموع من صورة سلبية عن المرأة.

الفهرس

